INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES

Costado oeste del Mall San Pedro, edificio A Sigma Business Center

San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica

NÚMERO DE LICITACIÓN: 2018CD-000041-0015800001

OBJETIVO

SERVICIOS PROFESIONALES PARA REALIZAR UN ESTUDIO CON ENFOQUE DE GÉNERO, QUE PERMITA CONOCER EL ESTADO DE LAS ORGANIZACIONES MIPYME LIDERADAS POR MUJERES, DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES.

INFORME V: Informe de diagnóstico de organizaciones agro e identificación de brechas

Consultoras: **Dunia Villalobos Rojas**

Ana Patricia Rojas Figueredo

Colaboraciones: Irene Aguilar, Maestría en Derecho Internacional de los Derechos Humanos, American University, Washington College of Law, Estados Unidos

28 de agosto del 2019

CONTENIDO

1 Introducción y objetivos 4

2. Análisis comparativo de la situación actual de las organizaciones productivas lideradas por mujeres y las organizaciones productivas lideradas por hombres. 5

2.1 Características de la muestra 5

2.2 Características socioeconómicas de las personas entrevistadas 6

2.3 Cantidad de personas dependientes y personas a cargo 12

2.4 Discapacidades o capacidades disminuidas 14

2.5 Etapa de desarrollo del negocio y subsector 15

2.6 Actividades desarrolladas por las organizaciones 16

2.7 Tipo de estructura de la organización y figura legal 20

2.8 Número de mujeres y hombres en la actividad productiva 22

2.9 Tiempo de operación de las organizaciones 22

2.10 Lugar de venta de productos y servicios 23

2.11 Nivel de ventas y gastos mensuales 25

2.12 Tipo de seguro de las personas de la organización 27

2.13 Capacitación y asesoría recibida 29

2.14 Financiamiento recibido por las organizaciones y acceso al crédito 35

2.15 Uso de tarjeta de crédito y débito para el desarrollo del negocio 42

2.16 Acceso a la tierra 43

2.17 Personas propietarias del negocio 49

2.18 Participación de la familia en el negocio 49

2.19 Horas por día dedicadas al negocio 51

2.20 Apoyo familiar en las tareas domésticas 52

2.22 Actividades de cuido de personas sin remuneración 57

2.23 ¿Quién es considerado el o la jefe del hogar? 58

2.24. Principales obstáculos que se presentan para el desarrollo del negocio en las organizaciones 60

2.25 Pertenencia a organizaciones 62

3. Marco Normativo 65

4. Identificación de Brechas 72

ANEXO 1: Cuestionario – Organizaciones lideradas por mujeres 79

ANEXO 2: Cuestionario – Organizaciones lideradas por hombres 93

ANEXO 3: Listado de productos/servicios ofrecidos por las organizaciones lideradas por mujeres. 98

ANEXO 4: Listado de productos/servicios ofrecidos por las organizaciones lideradas por hombres. 100

1 Introducción y objetivos

El proyecto tiene como objetivo principal realizar un estudio con enfoque de género, que permita conocer el estado de las organizaciones Mipyme lideradas por mujeres, de acuerdo con sus potencialidades. Los principales productos de este informe son los siguientes:

1. Realizar un diagnóstico de la situación actual de organizaciones lideradas por mujeres que desarrollan actividades productivas en el sector agropecuario y rural en todas las regiones del país.
2. Identificar las principales brechas existentes entre las organizaciones lideradas por mujeres y las organizaciones lideradas por hombres, a partir del análisis de las variables incluidas en el estudio.

En este informe, se realizará un análisis comparativo entre el estado actual de las organizaciones productivas de mujeres con una muestra intencionada de organizaciones productivas de hombres con el fin de poder determinar brechas de género en cuanto a las siguientes variables: acceso a la tierra, al crédito, a la investigación apropiada y extensión agropecuaria, nivel de formalidad de la organización, comercialización, entre otros aspectos que podrán definirse con el avance del estudio. Se seleccionará una muestra de organizaciones productivas lideradas por hombres, en conjunto con SEPSA.

Área geográfica y sectores que comprende:

Para este informe, se tomarán en cuenta todas las regiones del país incluyendo las tres regiones del producto anterior (Huetar Norte, Brunca, y Central) más las regiones de Huetar Atlántica,

2. Análisis comparativo de la situación actual de las organizaciones productivas lideradas por mujeres y las organizaciones productivas lideradas por hombres.

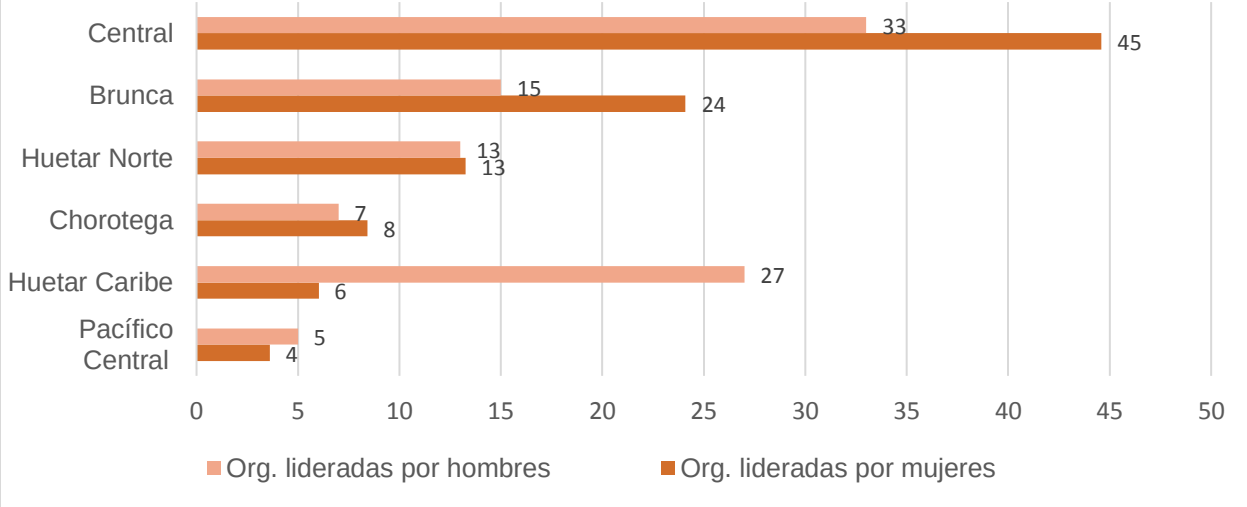
2.1 Características de la muestra

Para este estudio se consideró una población de 83 organizaciones lideradas por mujeres y 100 organizaciones lideradas por hombres. Se tomaron en cuenta organizaciones del sector agropecuario que estuvieran ubicadas en el área rural. Se utilizaron los listados que proporcionó el INAMU y el MAG. Las entrevistas se realizaron en forma telefónica y se entrevistó a la persona encargada de la organización.

Las organizaciones lideradas por mujeres entrevistadas en un 95% correspondían a emprendimientos en marcha, y un 5% en etapa de gestación. En el caso de las organizaciones lideradas por los hombres un 82% correspondían a organizaciones con actividades que ya están en marcha y el 18% estaban en etapa de gestación.

En cuanto a las regiones donde se realizaron las entrevistas se tiene que para las organizaciones de mujeres la mayoría de las entrevistas se realizaron en la Región Central y Brunca, 45% y 24% respectivamente; mientras que en el caso de las organizaciones de los hombres las entrevistas se llevaron a cabo en Región Central y Huetar Caribe (33% y 27% respectivamente). En el gráfico 1 se puede apreciar la distribución porcentual de la muestra por Regiones.

Gráfico 1. Distribución de la muestra por región, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones mixtas), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.2 Características socioeconómicas de las personas entrevistadas

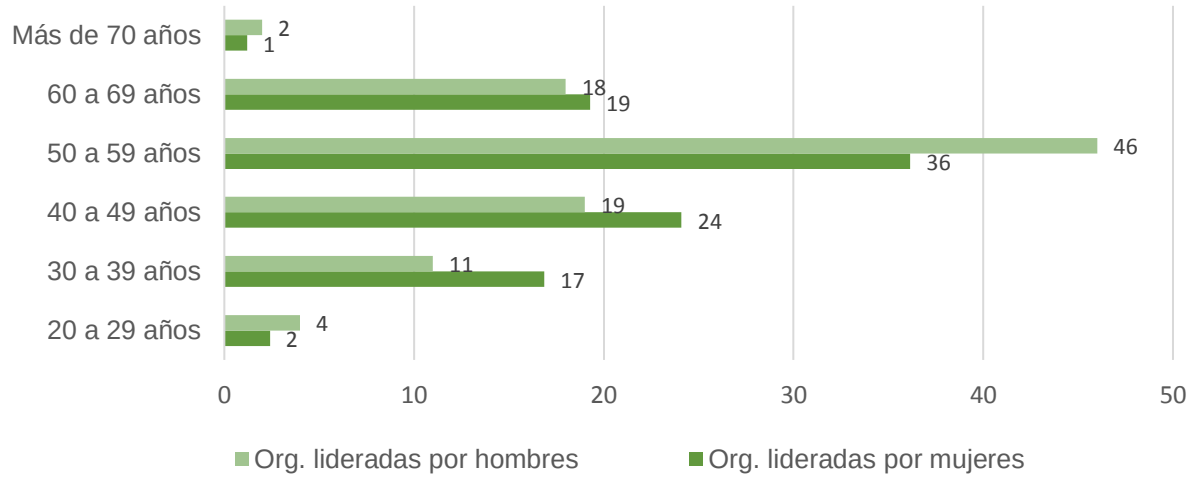
Antes de iniciar el análisis comparativo debe tenerse presente que todos los gráficos están expresados en porcentajes, los datos que se presentan en absolutos se incluyen en la narrativa y se le indica al lector que están expresados en valores absolutos.

Edad de las personas entrevistadas

En el gráfico 2 se observa que los emprendimientos se llevan a cabo principalmente por parte de mujeres mayores de 40 años, ya que el 67% de las mujeres entrevistadas se ubican en estos rangos de edad.

En el caso de organizaciones de hombres, se acentúa esta característica, el 85% de los entrevistados se ubica en rangos de más de 40 años. A continuación, se muestra la distribución porcentual de las edades de los entrevistados para las organizaciones lideradas por mujeres y las que son lideradas por hombres.

Gráfico 2. Distribución de la muestra por edad del entrevistado, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En el 2014, en el XX informe del estado de la nación se indicó que en el caso de las mujeres, éstas han optado por desarrollar negocios informales debido a que el desempleo las afecta más que a los hombres. A eso se agrega que las mujeres asumen el cuido de sus hijos e hijas, las tareas del hogar y en una gran cantidad de casos hacen frente a las necesidades de la familia por la ausencia de los padres.[1]

[1] https://www.elfinancierocr.com/pymes/mayoria-de-emprendimientos-informales-so.n-encabezados-por-mujeres/7WFAAFORARF4BOTWWWERTTLKHA/story/

Los emprendimientos se convierten en la única vía para obtener ingresos para atender las necesidades familiares más básicas. Indica este artículo que las mujeres tienden a emprender más por necesidad y no tanto por el hecho de que surja una oportunidad de fundar una empresa. La misma desigualdad afecta a las mujeres cuando se trata de emprendimientos por tradición, que son aquellos heredados por la familia y que habitualmente están ligados con tareas agropecuarias. [2]

En el informe de la Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2017 del INEC, se indica que más de 62,5% de mujeres que emprenden lo hacen por necesidad y un 33,2% lo hacen por oportunidad. En esa misma encuesta un 4,1% de las emprendedoras mujeres eran del sector de actividad económica agropecuaria y un 36,7% de las emprendedoras en cualquier actividad eran mujeres.[3]

De tal forma, como posibles causas podemos indicar las siguientes:

a. A las mujeres les afecta más a que a los hombres el desempleo.

b. Las mujeres deben asumir el cuido de las personas bajo dependencia y el emprendedurismo es una actividad que permite la flexibilidad de horarios, el desarrollo de labores desde el lugar de habitación y la libertad para desarrollar las actividades de emprendedurismo.

c. En muchas ocasiones el emprendedurismo es la única actividad que encuentran estas mujeres para satisfacer necesidades básicas de sus familias.

d. Estas actividades se asumen más por necesidad que por una oportunidad de negocios.

Al respecto, podemos agregar que la labor de madres las asumen las mujeres en nuestro país a partir de los 40 años de edad es más posible que puedan dedicarse a buscar mecanismos de subsistencia que puedan armonizar junto con el cuido de sus hijos e hijas. El emprendedurisimo es una actividad que permite esta armonización y a la edad de los 40 años las mujeres tienen más resuelto el tema del cuido de sus hijos e hijas.

Ocupación de las personas entrevistadas

Cuando se analizan las ocupaciones de las mujeres entrevistadas, se tiene que la mayoría se dedica a labores domésticas, dirección de la asociación, labores como la agricultura y la elaboración de productos alimenticios. Es importante tener en cuenta que este estudio está centrado en los sectores de agricultura y agroindustria así que estas labores de agricultura y elaboración de productos alimenticios son parte de los temas

[2] Ibid.

[3] http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documetos-biblioteca-virtual/reenameh2017.pdf

analizados por la encuesta. En el cuadro 1a y 1b, se detallan las ocupaciones de las personas entrevistadas en las organizaciones lideradas por mujeres y las lideradas por hombres.

Cuadro 1a. Oficios de los entrevistados, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

Ocupaciones	(%)
Total	**100,0**
Agricultura	27,7
Ama de casa	22,9
Labores en la Asociación	13,3
Elaboración de productos alimenticios	4,8
Cocinera	2,4
Labores de pesca- criaderos de tilapia	2,4
Peona/Jornalera	3,6
Ventas/comercio	2,4
Administradora de Empresa	1,2
Agricultura y Comercio	1,2
Agricultura y costurera	1,2
Agricultura y Ganadería	1,2
Agricultura y trabajo profesional	1,2
Ayudante en granja avícola	1,2
Comercializadora de reciclaje	1,2
Empacadora	1,2
Emprendedora	1,2
Empresaria	1,2
Estilista	1,2
Gerente	1,2
Invernaderos, gallinas de postura	1,2
Jefa de planta	1,2
Niñera	1,2
No definido	1,2
Técnico en salud ocupacional	1,2

Cuadro 1b. Oficios de los entrevistados, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

Ocupaciones	(%)
Total	**100,0**
Agricultor	48,8
Administrador	15,0
Ganadero	6,3
Ingeniero Agrónomo	3,8
Agricultor y ganadero	2,5
Apicultor	2,5
Ingeniero Industrial	2,5
Agricultor y administrador	1,3
Agricultor y educador	1,3
Comerciante	1,3
Comerciante y agricultor	1,3
Contador privado	1,3
Educador pensionado	1,3
Educadora preescolar	1,3
Electromecánico	1,3
Encargado de planta	1,3
Informático	1,3
No dijo	1,3
Oficial de seguridad privada	1,3
Panadero	1,3
Productor	1,3
Publicista	1,3

En relación con los cuadros anteriores es importante señalar que las mujeres encargadas de organizaciones lideradas por mujeres indican en un porcentaje de un 22,9% que se encargan de las labores de ama de casa y un 27,7% en las labores de agricultura. Esto frente a que los hombres entrevistados encargados de emprendedurismos de hombres indican que en un 48% realizan actividades agrícolas y ninguno indicó realizar labores de administración del hogar.

De tal forma, vemos una diferencia de un 26% más de hombres que se dedican a las labores agrícolas y con ello fortalecen las labores de su emprendedurismo agrícola. En el caso de las mujeres, al tener ellas que dedicarse a labores del hogar, en un porcentaje similar al de la diferencia que presentan los hombres (22,9%), disminuye en un porcentaje importante los esfuerzos que pueden dedicar a su emprendedurismo agrícola.

Lo anterior es importante por lo siguiente:

a. Las mujeres destinan un esfuerzo considerable a las labores de ama de casa o cuido del hogar.

b. Este esfuerzo hace que disminuya en un porcentaje importante los esfuerzos dirigidos a fortalecer, formalizar, y profesionalizar su emprendedurismo agrícola.

c. Los hombres no señalan que dediquen esfuerzos laborales a las actividaes del hogar con lo cual pueden dirigir mayores esfuerzos a su emprededurismo agrícola.

En el gráfico 3 se puede observar que un número muy bajo (solamente 4%) de estas mujeres tienen estudios universitarios y que solo un 8% de ellas poseen secundaria completa o más. Esto sin duda es una barrera que encuentran las mujeres a la hora de desarrollar sus emprendimientos.

Cuando analizamos las organizaciones de los hombres se tiene una situación similar en cuanto a sus ocupaciones ya que están desarrollando sus negocios en el área de agricultura y agroindustria. Aquí pudimos encontrar mayor nivel de escolaridad ya que un 22% de hombres cuenta con estudios universitarios, así tenemos mayor cantidad de profesionales como ingenieros y administradores, lo que se podrá constatar cuando se analice el nivel de escolaridad de los entrevistados, en el cual el 36% de ellos posee secundaria completa o más, más del doble de lo que se encontró en los entrevistados de las organizaciones de mujeres.

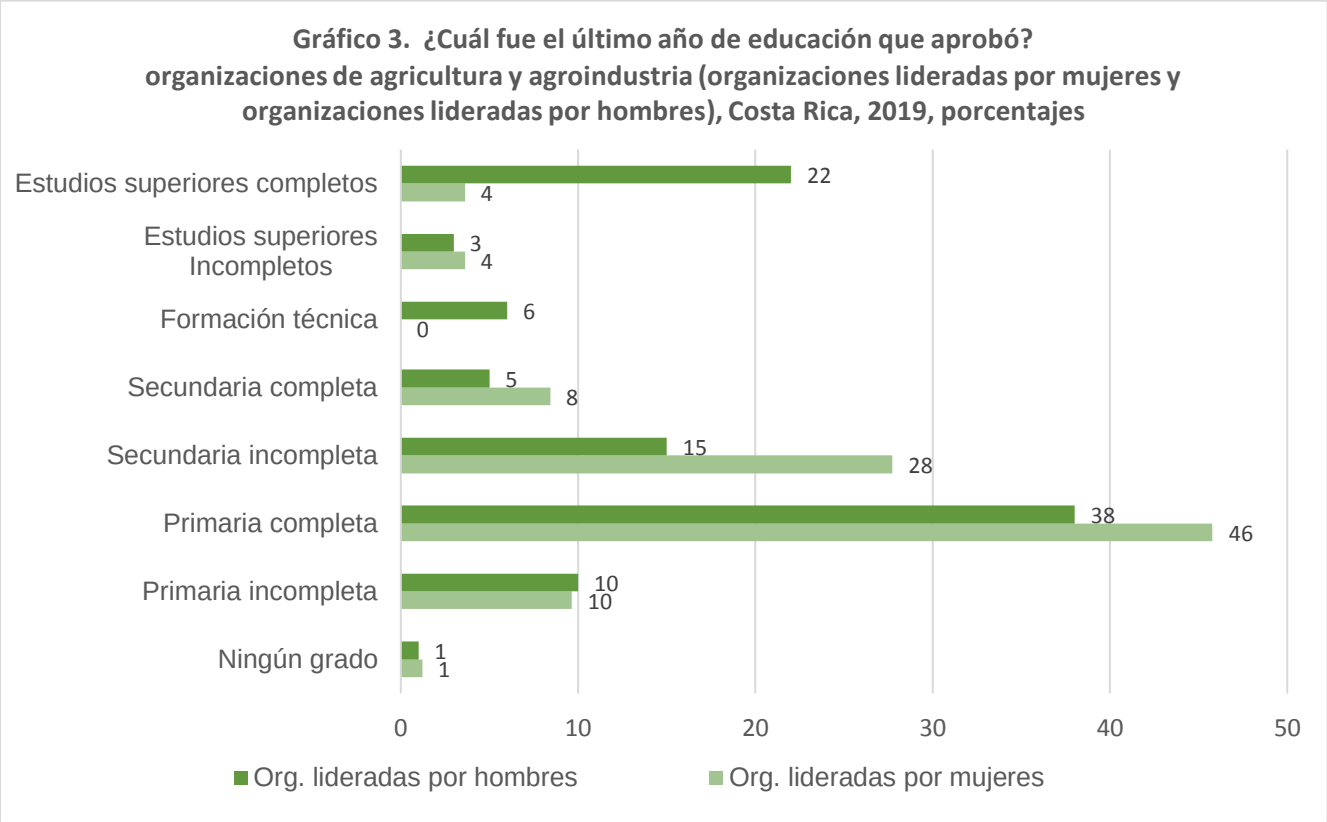
Educación de las personas entrevistadas

Como se mencionó anteriormente, el grado de educación, en el 58% de los entrevistadas en las organizaciones de las mujeres tienen primaria completa o incompleta. En el caso de los entrevistados en las organizaciones de los hombres, ese porcentaje es de un 48%, sin embargo, se puede notar que en las organizaciones de los hombres un 22% posee estudios universitarios completos versus las personas entrevistadas de las organizaciones de las mujeres donde solamente el 4% posee ese grado de educación.

Otra diferencia es que, en las personas entrevistadas de las organizaciones de los hombres, existe mayor porcentaje de personas con educación técnica. En el gráfico 3 se puede ver el detalle de la información antes descrita.

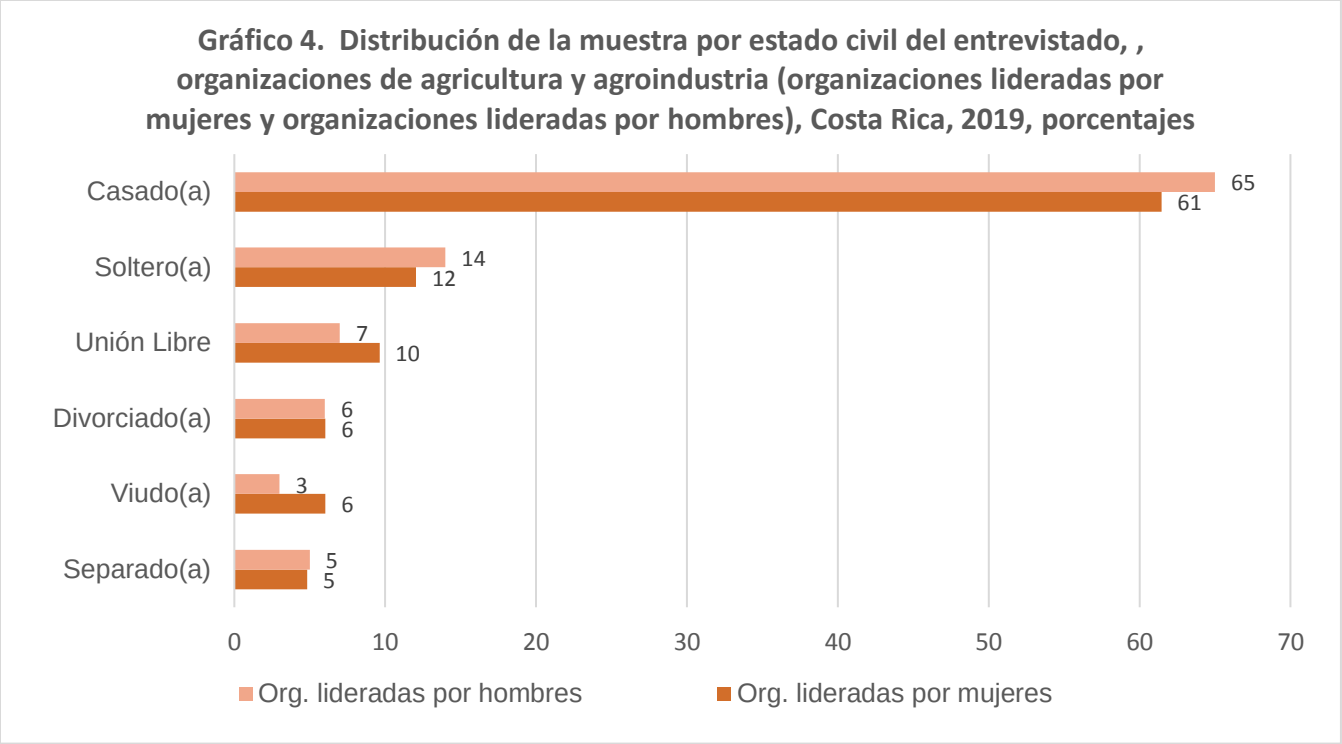
Esta información es importante porque nos indica que las mujeres que se dedican a estas actividades no cuentan con una educación formal robusta. Aun y cuando los porcentajes

de educación escolar y colegial son similares para hombres que para mujeres, si vemos que en los niveles de educación secundaria si hay cambios importantes en las organizaciones dirigidas por hombres donde hay un porcentaje grande de hombres que si cuenta con estudios universitarios.



Estado civil de las personas entrevistadas

En relación con el estado civil de las personas entrevistados es muy similar el resultado y estado civil en las organizaciones de hombres y de mujeres, ya que entre un 61% y 65% son personas casadas, entre el 12% y el 14% están solteros, entre el 7 y el 10% viven en unión libre, un 11% se encuentran divorciados o separados y entre un 3% y 6% se encuentran viudos. No hay evidencia estadística de que haya diferencias significativas por estado civil entre las personas entrevistadas de las organizaciones lideradas por hombres y las organizaciones lideradas por las mujeres.



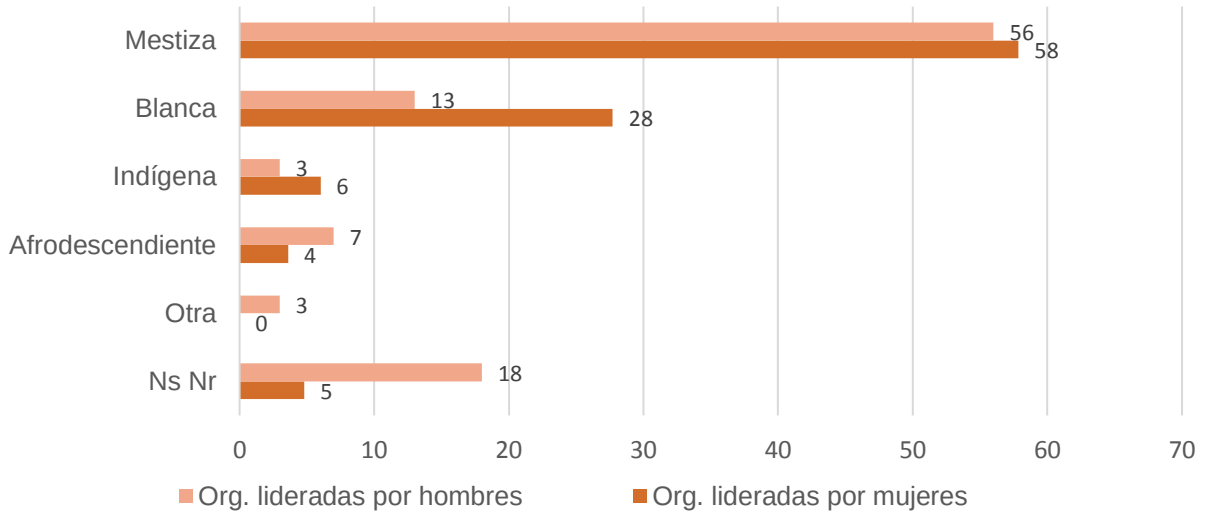
Nacionalidad de las personas entrevistadas

Un 96% de las personas entrevistadas tanto en las organizaciones de hombres como en las de las mujeres son costarricenses, solo un 4% son extranjeros, dentro de los que se menciona principalmente a los nicaragüenses y panameños.

En cuanto a la pregunta sobre su origen un 58% de las personas entrevistadas en organizaciones de mujeres se consideran mestizas, un porcentaje similar lo consideraron

igual en las organizaciones de los hombres 56%. Se pudo observar que un mayor porcentaje de las personas entrevistadas en organizaciones de mujeres se consideran blancos (28%), mientras que para las organizaciones de hombres el porcentaje es menor (13%). Un porcentaje menor de las personas entrevistadas dijo considerarse indígena o afrodescendiente, esto en ambos tipos de organizaciones. Existen diferencias significativas entre las personas entrevistadas de las organizaciones de las mujeres y las organizaciones lideradas por hombres respecto al considerarse "blanco", las mujeres tienen una percepción de ser blancas en mayor porcentaje que los hombres.

Gráfico 6. Usted se considera..., organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.3 Cantidad de personas dependientes y personas a cargo

Cuando se analiza la cantidad de personas que dependen económicamente de las personas entrevistadas de las organizaciones de hombres y mujeres se aprecia que no existe mayor cantidad de personas dependientes en los entrevistados de organizaciones de mujeres y los de las organizaciones de los hombres. Ya que si bien es cierto se nota mayor cantidad de dependientes (1 a 2 personas), esto lo compensan las organizaciones de los hombres que muestran más dependientes (3 a 4 personas).

Así las mujeres en un 42% indican que tienen 1 o 2 personas bajo su dependencia y un 51% de los hombres indican que tienen 1 o 2 personas bajo dependencia. Las mujeres indican que tienen en un 13% de 3 a 4 personas bajo dependencia y los hombres un 32% tiene esa misma cantidad de personas bajos dependencia. De tal forma, podemos afirmar que un 55% de mujeres tienen personas bajo dependencia y un 83% de hombres señalan tener personas bajo dependencia. Aquí el análisis interesante que podemos

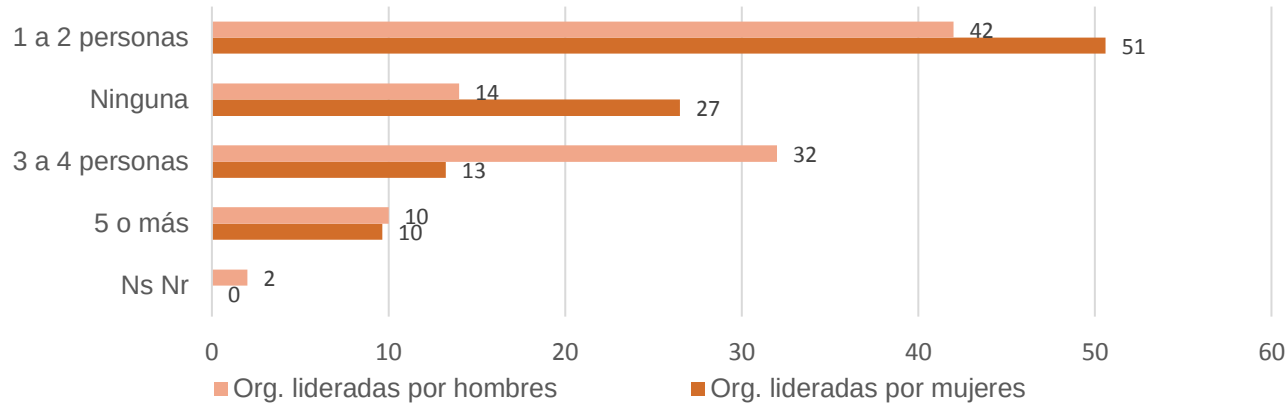
hacer es que las mujeres en más de un 22,9% según el cuadro 1.a. se dedica actividades de ama de casa, así además de ser las encargadas del cuido de personas bajo dependencia también deben realizar en un porcentaje considerable las labores del hogar. En el caso de los hombres señalan un porcentaje importante que tienen personas bajo su cuido, pero sin embargo no deben destinar labores al cuido del hogar o de administración de la casa.

De tal forma, de la lectura sola de esta variable no podemos concluir que exista una brecha, ya que si bien es cierto las mujeres tienen mayor porcentaje de personas dependientes (1 a 2 personas), los hombres tienen mayor porcentaje en dependientes en (3 a 4 personas). Pero podemos hacer el análisis conjunto con la variable relacionada con otras labores que realizan las personas entrevistadas y ahí encontrar una brecha de análisis en donde no estamos tomando en cuenta que los hombres tendrán más personas bajo dependencia pero no se ocupan de las labores del hogar.

Estos resultados son una muestra del rol que ha sido asignado a los hombres en relación con ser los proveedores para la manutención de sus familias más no para su cuido y atención específica. Si bien es cierto que las mujeres no tienen más personas bajo dependencia en comparación con los hombres, la labor de está designada en mayor porcentaje a las mujeres, lo cual puede afectar en el desarrollo de su negocio, ya que tienen menos tiempo para dedicarse a esas labores de lo que disponen los hombres.

En el caso de las personas entrevistadas de las organizaciones lideradas por mujeres, se agrupó la variable cantidad de dependientes en una variable dicotómica (tiene dependientes y no tienen dependientes), y la de la jefatura del hogar (es jefe o tiene jefatura compartida versus no es jefe del hogar), esto se hizo para ver si existía una relación significativa entre la variable de dependientes y la jefatura de hogar, el resultado de la prueba mostró que no hay evidencia estadística de que exista una relación entre ambas variables.

Gráfico 7. ¿Cuántas personas dependen de usted económicamente?, organizaciones de agricultura y agroindustria(organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres) , Costa Rica, 2019, porcentajes



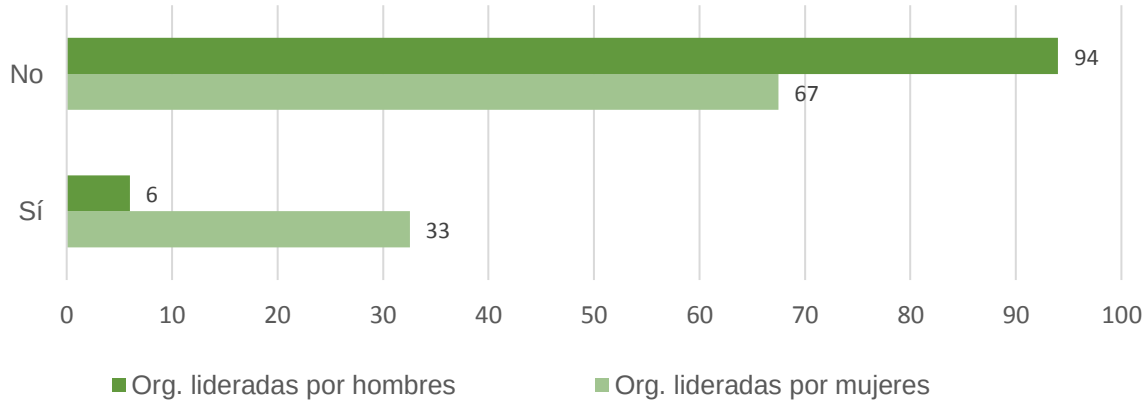
2.4 Discapacidades o capacidades disminuidas

Se puede observar que las personas entrevistadas que indicaron tener alguna capacidad disminuida son en mayor porcentaje de organizaciones de mujeres. Así 27 mujeres reportaron algún tipo de capacidad disminuida, mientras que solo 6 hombres dijeron tener una de ellas. Las personas entrevistadas de las organizaciones de mujeres mencionaron diversas capacidades disminuidas dentro de las que destacan las visuales, en las extremidades, auditivas, dislexia y problemas en la columna principalmente. Los hombres entrevistados de las organizaciones de los hombres mencionaron principalmente, los problemas auditivos, columna, visual, y extremidades.

No se puede afirmar que haya una brecha en este aspecto, ya que, aunque las mujeres entrevistadas mencionan discapacidades, ninguna de ellas representa una dificultad física o mental que les dificulte en forma significativa. De hecho, la mayoría menciona discapacidades visuales.

Sin embargo podemos decir que existe evidencia estadística de que las personas entrevistadas en las organizaciones de las hombres indican gozar de mejor salud que las personas entrevistadas en las organizaciones de las mujeres en este estudio en particular.

Gráfico 8. ¿Tiene usted alguna discapacidad y/o capacidad disminuida?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

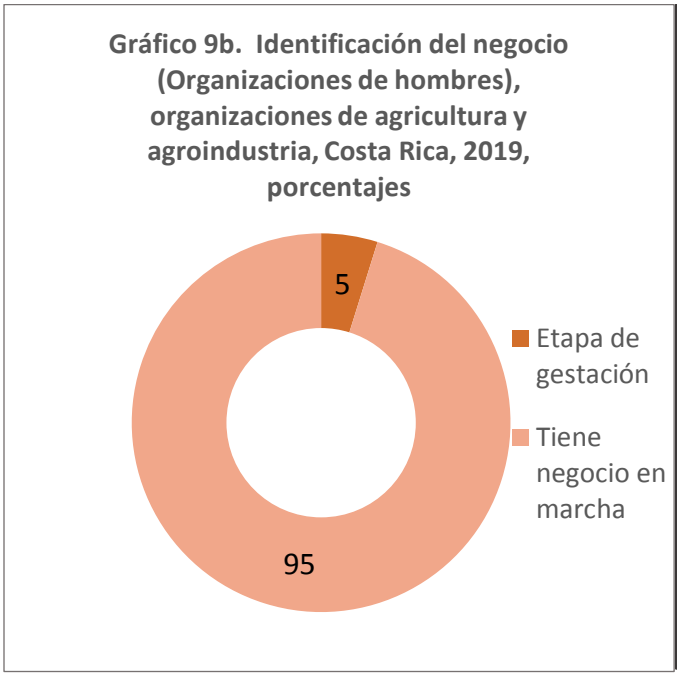


2.5 Etapa de desarrollo del negocio y subsector

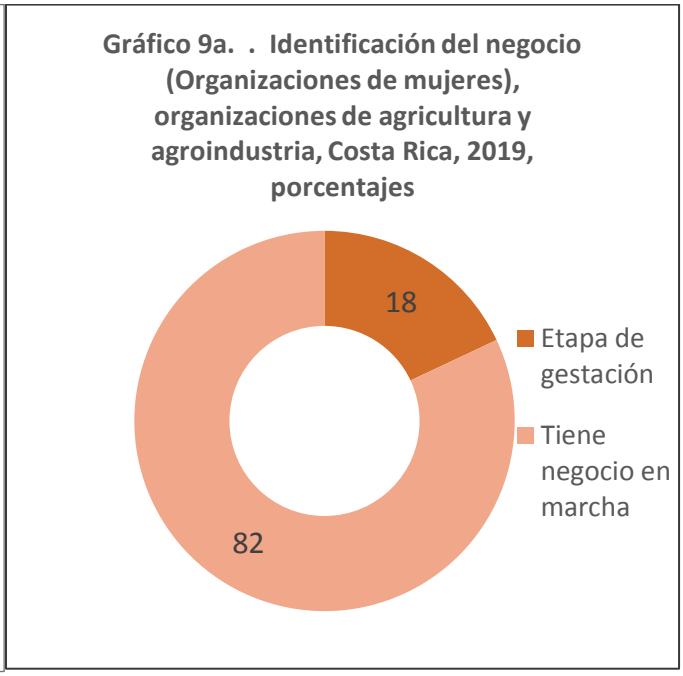
De las entrevistas realizadas, algunos de los emprendimientos o negocios estaban en etapa de gestación (4 en las organizaciones de mujeres y 18 en las organizaciones de los hombres, lo que representa un 5% en las organizaciones de las mujeres y un 18% en las organizaciones de los hombres). De ahora en adelante seguiremos analizando principalmente las características de los negocios "en marcha", ya que a los que se encuentran en gestación no se les puede aplicar los temas que se desarrollan de aquí en adelante.

De aquí en adelante los resultados se van a referir a una muestra de 79 organizaciones de mujeres y 82 organizaciones lideradas por hombres, todas ellas con negocio en marcha.

Mujeres



Hombres

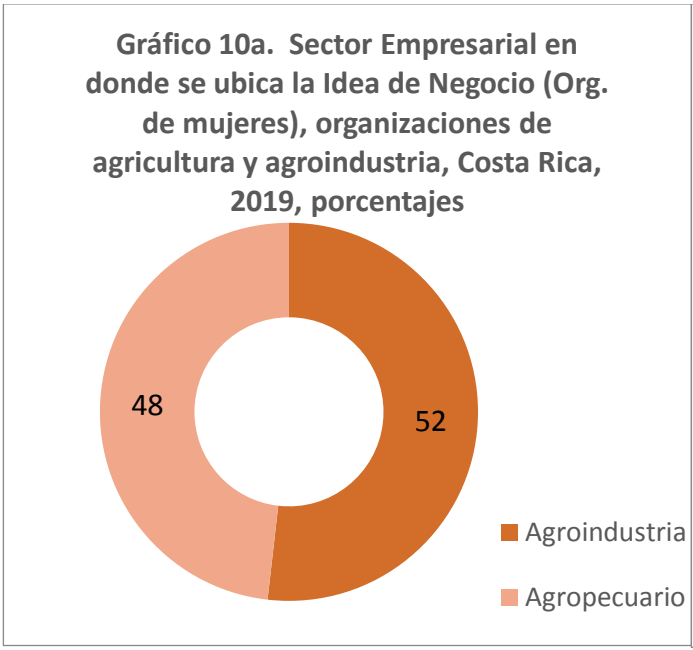


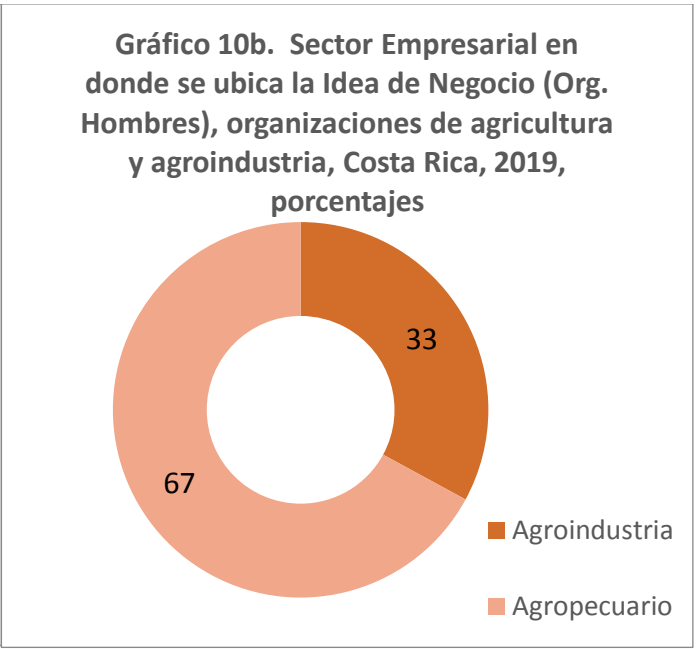
De los negocios que están "en marcha", en las organizaciones lideras por mujeres un 48% se ubican en el subsector agropecuario y un 52% en el sector de agroindustria. Mientras que las organizaciones lideradas por hombres se ubican en un 67% en el sector agropecuario mientras un 33% se encuentran en el sector de agroindustria. Esta relación se puede observar en detalle en los siguientes gráficos. En esta variable vemos diferencia entre el tipo de productos o servicios que ofrecen ambos tipos de

organizaciones, los hombres están más dedicados al sector agropecuario y las mujeres al sector de la agroindustria.

Mujeres

Hombres





2.6 Actividades desarrolladas por las organizaciones

La mayoría de los productos en las organizaciones de mujeres tienen que ver con siembra de hortalizas y legumbres, elaboración de productos alimenticios y por último servicios. Un listado de los productos y servicios ofrecidos por las organizaciones lideradas por mujeres se puede consultar en el Anexo 3.

En las organizaciones lideradas por hombres se dedican a la actividad principalmente a la agricultura, productos con valor agregado como los productos lácteos, y en menor grado a los servicios. El listado completo de los productos de las organizaciones lideradas por hombres se puede consultar en el Anexo 4.

Agrupando las actividades de las organizaciones según tipo, ya sea producción primaria, actividades de valor agregado y servicios, se tiene que las organizaciones de las mujeres

actividades de valor agregado (37%). En el caso de las organizaciones de los hombres, el mayor porcentaje se dedica a actividades de producción primarias (74%), y en segundo lugar un 18% realiza actividades de valor agregado.

Cuadro 2. Tipo de producto o servicio ofrecido, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

Tipo de actividad productiva	Organizaciones de mujeres		Organizaciones lideradas por hombres	
	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto	(%)
Total	**79**	**100%**	**82**	**100%**
Producción primaria	46	58%	61	74%
Valor agregado	29	37%	15	18%
Servicio	4	5%	6	7%

Al hacer un cruce con otras variables que pueden tener relación con el desempeño de las organizaciones de los hombres en comparación con las de las mujeres, se tiene que las actividades que más realizan las organizaciones de mujeres (Productos primarios y de valor agregado), son comercializadas principalmente en el barrio, cantón y distrito, mientras que esas mismas actividades las agrupaciones de los hombres las comercializan más a nivel nacional, cantonal y regional, eso aumenta su mercado y muy probablemente las ganancias de dichas organizaciones, les permite crecer y fortalecerse. El detalle de esta información se puede consultar en el cuadro 3a y 3b.

Esta información es muy importante ya que nos indica que las mujeres en porcentajes muy altos destinan sus producciones o servicios a su barrio, distrito o cantón, en cambio los hombres en porcentajes considerables lo realizan a provincias, región e incluso al país. Tienen con ello más posibilidad de abarcar un mercado más grande y fortalecer con ello su negocio y sus ingresos.

Se realizó una comparación entre la variable “realiza labores de cuido de personas” con la variable de lugar donde vende, y no se encontró evidencia estadística de que exista relación entre estas.

Cuadro 3a. Tipo de producto o servicio ofrecido según lugar donde vende, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

Lugar donde vende	Tipo de actividad productiva					
	Producción primaria		Valor agregado		Servicio	
	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto
Total	**100%**	**46**	**100%**	**29**	**100%**	**4**
Barrio	83%	38	79%	23	25%	1
Distrito	50%	23	69%	20	25%	1
Cantón	37%	17	59%	17	50%	2
Provincia	15%	7	31%	9	75%	3
Toda la Región	9%	4	10%	3	25%	1
Todo el País	7%	3	17%	5	25%	1
Fuera del País	9%	4	3%	1	0%	0

Cuadro 3b. Tipo de producto o servicio ofrecido según lugar donde vende, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

Lugar donde vende	Tipo de actividad productiva					
	Producción primaria		Valor agregado		Servicio	
	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto
Total	**100%**	**61**	**100%**	**15**	**100%**	**6**
Barrio	11%	7	13%	2	33%	2
Distrito	13%	8	20%	3	17%	1
Cantón	30%	18	47%	7	0%	0
Provincia	26%	16	33%	5	17%	1
Toda la Región	21%	13	60%	9	33%	2
Todo el País	48%	29	13%	2	17%	1
Fuera del País	15%	9	27%	4	17%	1

Se realizaron comparaciones respecto a la capacitación y asesoría recibida y no se encontró evidencia estadística de que existan diferencias entre las organizaciones de las mujeres y las organizaciones lideradas por hombres.

Una variable en la que si hay diferencias significativas entre las organizaciones lideradas por mujeres y las organizaciones lideradas por hombres es en el acceso al crédito, esta diferencia se presenta en las organizaciones con actividades de producción primaria, el

39% de las organizaciones de las mujeres con actividades primarias han tenido acceso al crédito, mientras en las organizaciones lideradas por hombres ese porcentaje es 61%.

El acceso al crédito tiene gran impacto en el desarrollo de las organizaciones ya que les permite adquirir bienes de producción, diversificar, invertir, contratar más personal, entre otras acciones que permiten a una organización crecer y fortalecerse. Si las organizaciones de mujeres no tienen acceso a crédito no podrán crecer, fortalecerse, expandirse e incluso formalizarse.

Respecto a la relación que tiene la variable de "ha recibido financiamiento" respecto a si la organización cuenta con tierra para desarrollar su actividad productiva, no se encontró evidencia estadística de que haya una relación entre ambas variables,

Cuadro 4a. Tipo de producto o servicio ofrecido según ¿Ha recibido financiamiento?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

¿Ha recibido financiamiento?	Tipo de actividad productiva					
	Producción primaria		Valor agregado		Servicio	
	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto
Total	**100%**	**46**	**100%**	**29**	**100%**	**4**
Sí	39%	18	52%	15	25%	1
No	61%	28	48%	14	75%	3

Cuadro 4b. Tipo de producto o servicio ofrecido ¿Ha recibido financiamiento?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes y valores absolutos

¿Ha recibido financiamiento?	Tipo de actividad productiva					
	Producción primaria		Valor agregado		Servicio	
	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto	(%)	Valor Absoluto
Total	**100%**	**61**	**100%**	**15**	**100%**	**6**
Sí	61%	37	60%	9	50%	3
No	39%	24	40%	6	50%	3

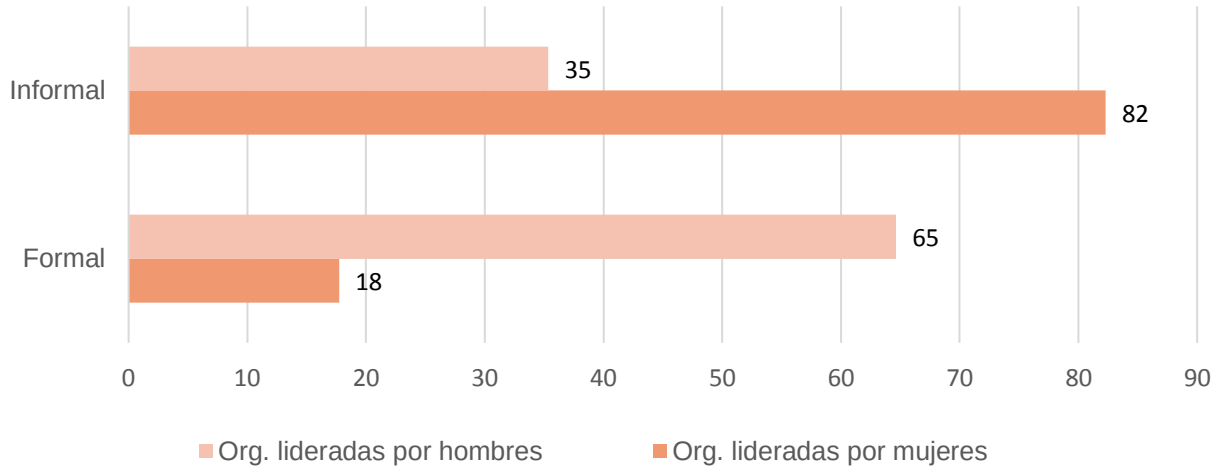
2.7 Tipo de estructura de la organización y figura legal

En el siguiente gráfico se muestran los tipos de estructura en la condición de formalidad de las empresas investigadas, las organizaciones de mujeres se encuentran en la condición informal en un 82% de los casos, en las organizaciones de los hombres encontramos la situación contraria, un 65% cuentan con una organización de estructura formal.

Existe una relación significativa entre el tipo de estructura de las organizaciones lideradas por las mujeres respecto a si “ha recibido créditos que no sean de fondos no reembolsables estatales”. Las organizaciones informales tienen menos acceso a otro tipo de créditos como créditos bancarios o de organizaciones privadas ya que parte de los requisitos más elementales para este acceso es que el emprendedurismo se encuentre formalizado.

La condición de informalidad de las organizaciones de las mujeres les permite acceder a fondos de asistencia social y/o fondos no reembolsables de bajo monto tipo IMAS, FOMUJERES, CONAC 4-S, limitando su desarrollo organizacional y empresarial ya que los montos de esos fondos suelen ser de montos bajos en comparación con otras fuentes de financiamiento. Al encontrarse en una condición de informalidad, les limita el acceso a otros fondos como préstamos de instituciones Bancarias y otras instituciones.

Gráfico 11. Tipo de Estructura, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



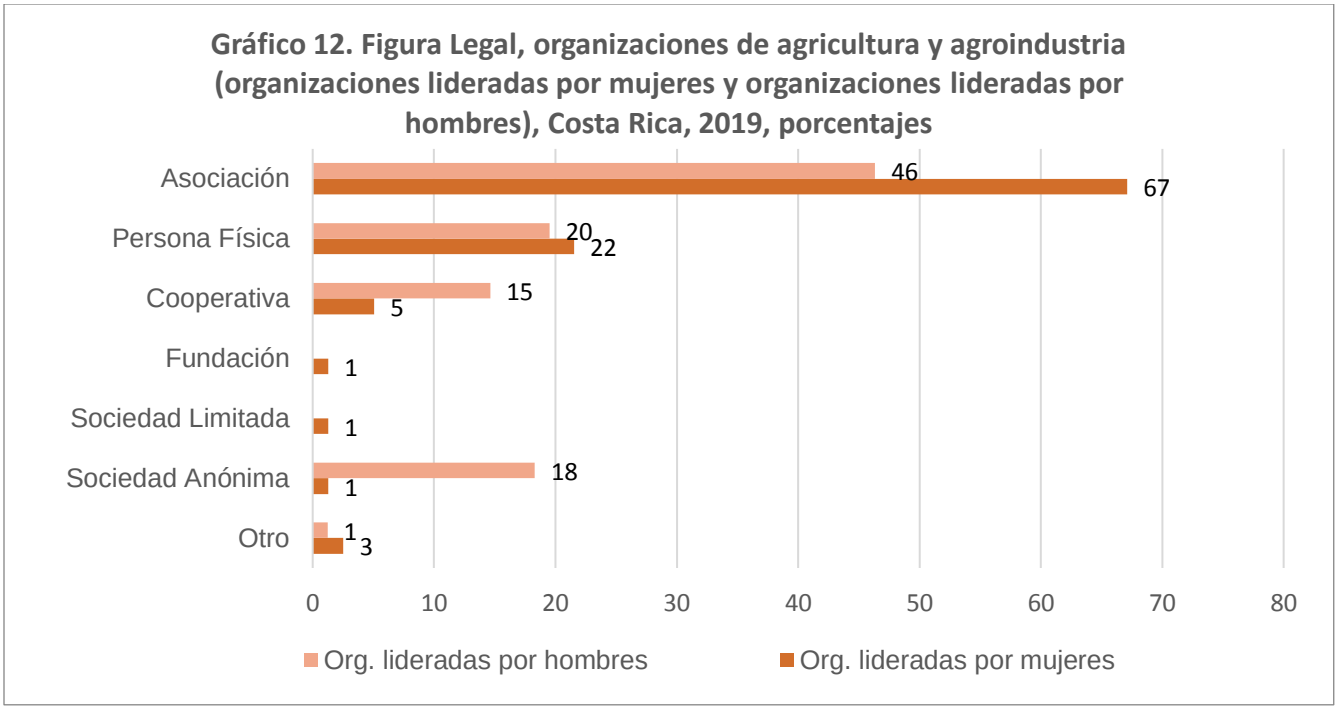
En cuanto a la figura legal las Asociaciones en mujeres alcanzaron un 67%, un 22% funciona como persona física, un 5% son cooperativas, y en menor porcentaje las fundaciones, sociedades limitadas, sociedades anónimas y otras (una ONG y un sindicato agrario).

Las organizaciones lideradas por hombres funcionan principalmente como asociaciones, personas físicas, cooperativas y sociedades anónimas.

Una diferencia importante entre las organizaciones lideradas por hombres y las lideradas por mujeres es que las organizaciones de hombres funcionan en mayor medida como cooperativas y sociedades anónimas que lo que lo hacen las organizaciones de mujeres. Las mujeres prefieren organizarse como asociaciones.

Esta información es muy importante porque nos muestra que desde su creación los emprendedurismos son viasualizados con un negocio (en el caso de los hombres en su mayoría) o como una actividad no lucrativa (en el caso de las mujeres). Al fundar una sociedad anónima se está apostando a una organización que tiene como fin el lucro pero al decidir fundar una asociación los fines no son de lucro sino de interés social. Habría que estudiar que significa para las personas que contestaron que habían fundado una persona jurídica ya que tanto las asociaciones como las sociedades son personas jurídicas.

Un aspecto a investigar más a fondo es identificar la forma más conveniente de asociarse. Se debería considerar la agremiación en forma de Cooperativas, como un paso posterior a una Asociación de Desarrollo, ya que les permitiría acceder a otro tipo de créditos en incluso tener beneficios fiscales si las comparamos con otras formas como las Sociedades Anónimas. Una Asociación que tiene cierto grado de consolidación y madurez, podría perfectamente formar una cooperativa y mantener en forma simultánea la Asociación, de este modo puede tener acceso a los fondos de IMAS, INAMU, CONAC, FOMUJERES y otros fondos no reembolsables y como Cooperativa acceder a otros beneficios que como Asociación no podría tener.



2.8 Número de mujeres y hombres en la actividad productiva

En las organizaciones de mujeres se reporta una media de 13 mujeres y 8 hombres en la actividad productiva, mientras que en las organizaciones de hombres hay en promedio 13 mujeres y 30 hombres. En las organizaciones de hombres hay en promedio la misma cantidad de mujeres que en las organizaciones de las mujeres (promedio de 13 mujeres). Sin embargo el mayor porcentaje de personas trabajando en organizaciones de hombres, corresponde a hombres un 70,4%

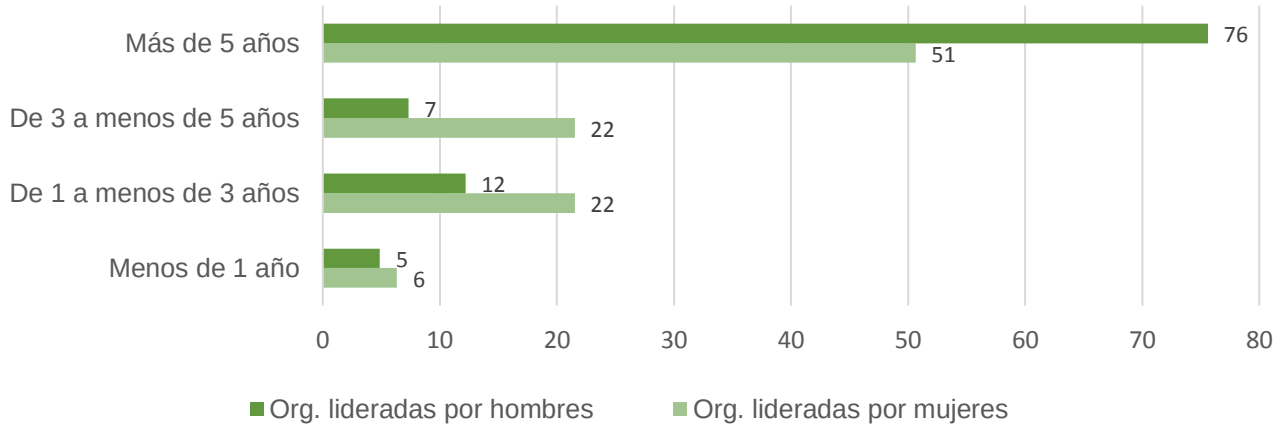
2.9 Tiempo de operación de las organizaciones

La mayoría de las organizaciones incluidas en este estudio corresponden a organizaciones con más de cinco años de existencia. Los datos muestran que las organizaciones de los hombres tienen mayor tiempo de estar constituidas que las de las mujeres, un 76% de las organizaciones de los hombres tienen más de cinco años de estar constituidas mientras que el las organizaciones lideradas por mujeres ese porcentaje es 51%. Es muy importante llamar la atención que en los últimos años es que se ha dado la formación de las organización de las mujeres ya que un 44% tiene de 1 a 4 años de existencia.

No hay evidencia estadística que el tiempo de existencia de las organizaciones lideradas por las mujeres tengan una relación con la condición informalidad. Tampoco se encontró evidencia de una relación entre realizar labores de cuido con la condición de informalidad de las organizaciones. Sin embargo, es interesante mencionar datos anteriormente indicados como las labores de cuido que deben realizar las mujeres; la baja escolaridad de las mujeres así como las personas bajo dependencia que tienen las mujeres entrevistadas. Se podría agregar que habría que analizar si la participación de las mujeres en este tipo de organizaciones se ha dado más en los últimos 5 años con los avances que se han dado de políticas públicas y de pogramas institucionales que han promovido la igualdad de las mujeres en diversos campos de producción.

En el gráfico 13 se puede ver la distribución porcentual de ambos tipos de organizaciones según el tiempo de operación.

Gráfico 13. Tiempo de operación, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.10 Lugar de venta de productos y servicios

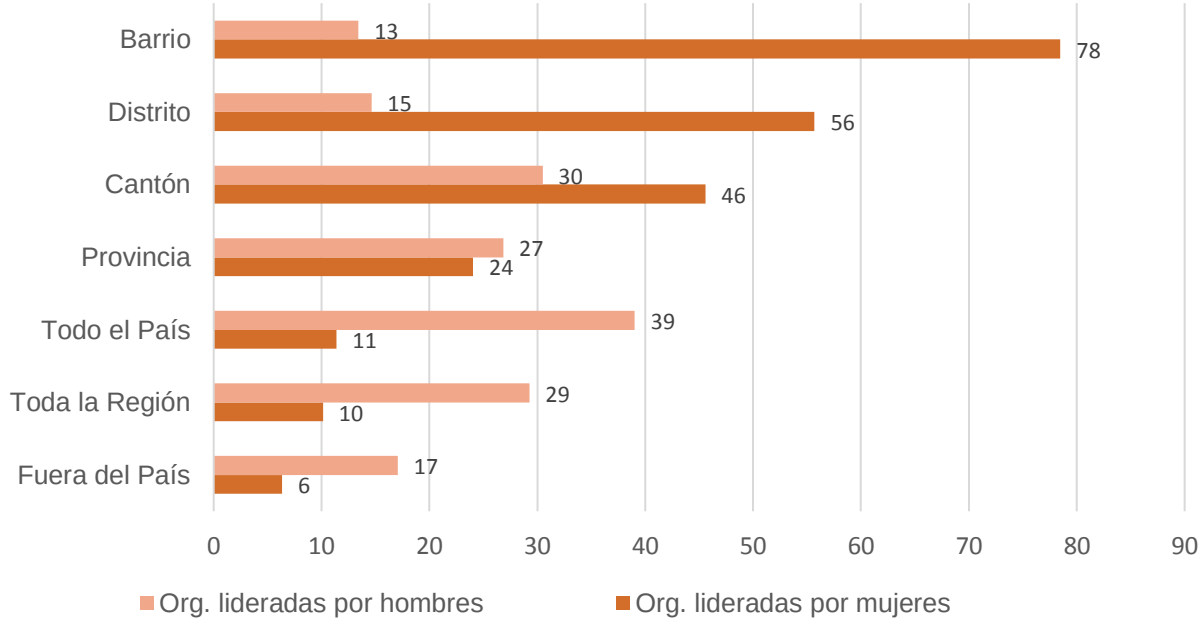
Por lo general las organizaciones de las mujeres son locales, un 78% dijo vender sus productos en los barrios, 56% en el distrito y 46% en el cantón, un 10% en la región, 24% vende en la provincia, un 11% en el país y solo un 6% vende en el mercado internacional. Mientras las organizaciones de los hombres venden más en todo el país (39%), en el cantón el 30%, en toda la región un 29%, en la provincia 27% fuera el país 17% y un 28% venden en el distrito y el barrio. Esto nos indica que hay otra importante diferencia en la forma de comercializar los productos de ambos tipos de organizaciones, las de las mujeres se muestran más locales y las de los hombres más nacionales e internacionales.

Esto afecta a las organizaciones de las mujeres ya que tienen acceso a un mercado más reducido que las organizaciones de los hombres y en consecuencia sus ventas y desarrollo de negocio se van a ver afectados.

Hay evidencia estadística significativa de que existe una relación entre el lugar de venta de los productos y el tiempo que tienen de constituidas las organizaciones de las mujeres. El análisis se hizo construyendo una variable dicotómica en donde se consideró que una organización realizaba ventas “Con mayor cobertura geográfica” si sus ventas eran en la región, en el país y fuera del país, en el otro grupo se consideraron las organizaciones que realizan ventas “Con menor cobertura geográfica” a las organizaciones que dijeron tener ventas en el distrito, barrio, cantón y provincia. Lo que significa que las organizaciones con más tiempo de operación (más de 3 años) tienen mayor cobertura geográfica de sus ventas que las organizaciones que tienen menos de tres años de operación.

Sin embargo si comparamos con las organizaciones de los hombres esa relación entre el lugar de venta de los productos y el tiempo que tiene de estar constituida, no se presenta esta relación significativa ya que las organizaciones de los hombres, tanto las que tienen menos de tres años de constituidas como las que tienen más de 3 años, sus ventas están orientadas a una “mayor cobertura geográfica”.

Gráfico 14. Lugar donde vende (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



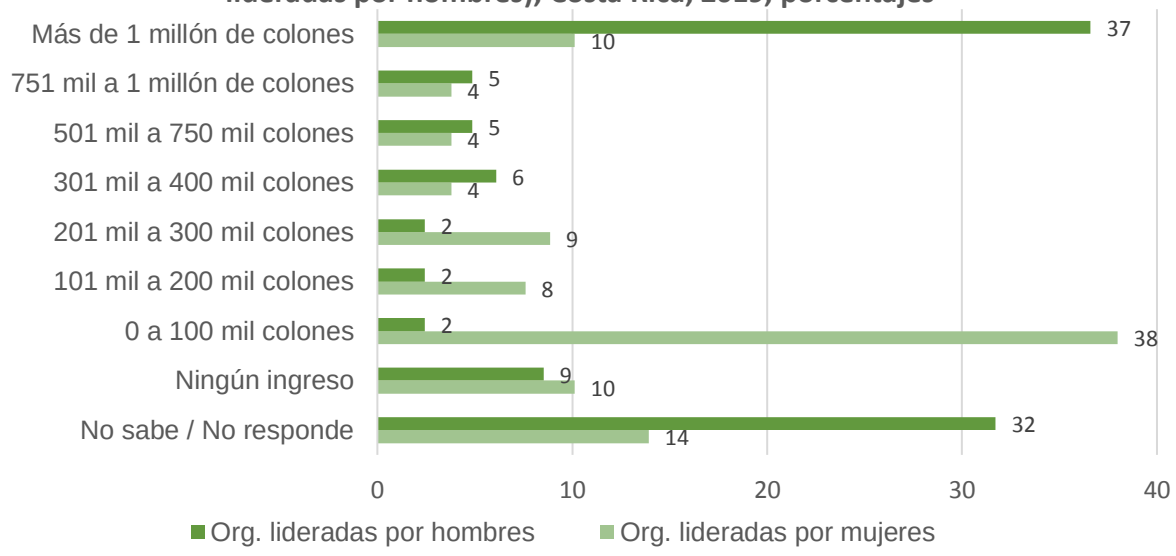
2.11 Nivel de ventas y gastos mensuales

Las organizaciones de mujeres reportan ventas de cero a cien mil colones en un 38%, solo un 10% de las organizaciones muestran ventas superiores a un millón de colones.

Mientras las organizaciones de los hombres en un 37% reportan ventas de más de un millón de colones, un 10 % reportan ventas de más de quinientos mil colones. Los datos que se muestran en el gráfico 17 muestran que las organizaciones de los hombres cuentan con un mayor nivel de ventas mensuales que lo que muestran las organizaciones de las mujeres. Un importante porcentaje de organizaciones de hombres no reportaron el monto de ventas mensuales (32%), este porcentaje es de 14% para las organizaciones de mujeres.

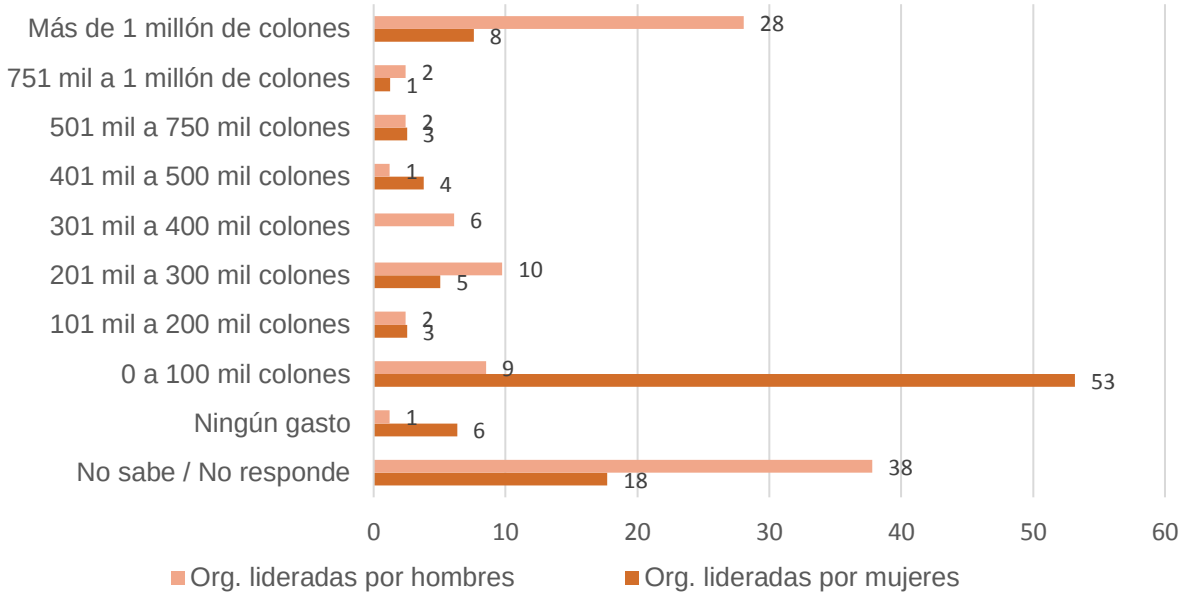
Dado que en este estudio no se profundizó sobre los canales de comercialización, y características de los productos que venden las organizaciones, no se pueden hacer afirmaciones al respecto. Sin embargo existen algunas otras variables que se han mencionado a lo largo de este documento que pueden también estar afectando el nivel de ventas y de ingresos de las organizaciones de las mujeres. Se puede afirmar que hay evidencia estadística de una relación entre la formalidad de la organización y el nivel de ventas mensuales, también se encontró relación entre el nivel de ventas mensuales y el lugar donde vende o "cobertura geográfica". Por lo que organizaciones con estructura formal obtienen mayores ventas que las que su estructura es informal. Y las organizaciones que tienen mayor cobertura geográfica van a tener mayores ventas también.

Gráfico 15. Nivel de ventas mensuales, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



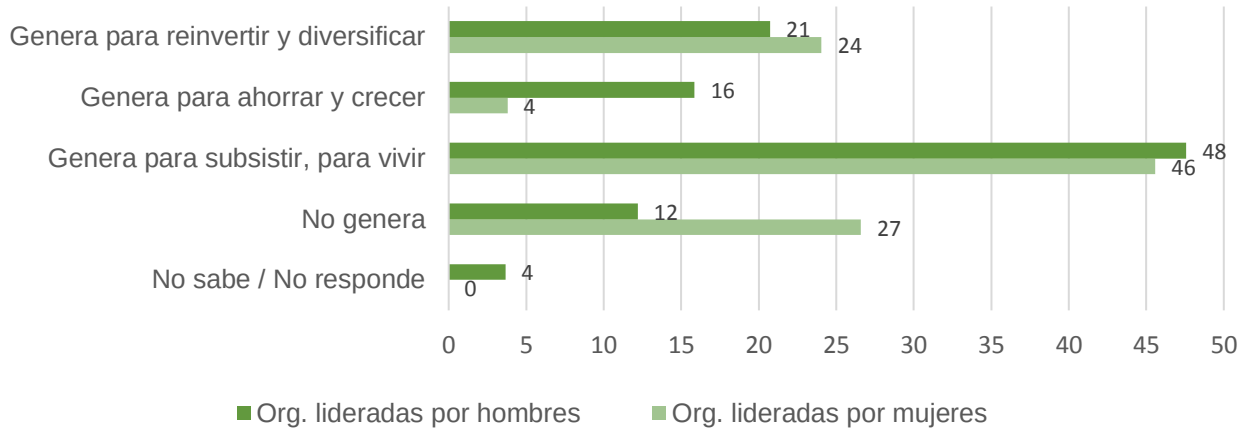
Las organizaciones de mujeres en su mayoría reportan gastos mensuales de cero a cien mil colones (59%), un 11% dicen tener gastos de quinientos mil o más, un 11% dicen tener gastos de cien mil a quinientos mil colones. Mientras que las organizaciones de hombres dicen tener gastos de menos de cien mil colones (10%), un 20% tiene gastos de cien mil a quinientos mil colones, un 30% dice tener gastos de más de quinientos mil.

Gráfico 16. Nivel de gastos mensuales, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



La mayoría de los emprendimientos de hombres y de mujeres indican que los negocios son de subsistencia (48% para las organizaciones de hombres y 46% para las de mujeres). Un 21% de las organizaciones de los hombres les genera para reinvertir y diversificar, mientras que en las organizaciones de mujeres ese porcentaje es de 24%, a un 16% de las organizaciones de hombres les permite ahorrar y crecer, mientras que en las organizaciones de mujeres este porcentaje es de 4%, un 27% de las organizaciones de mujeres y un 12% de las organizaciones de hombres dicen que el negocio no genera.

Gráfico 17. El negocio genera ganancias (ahorros), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

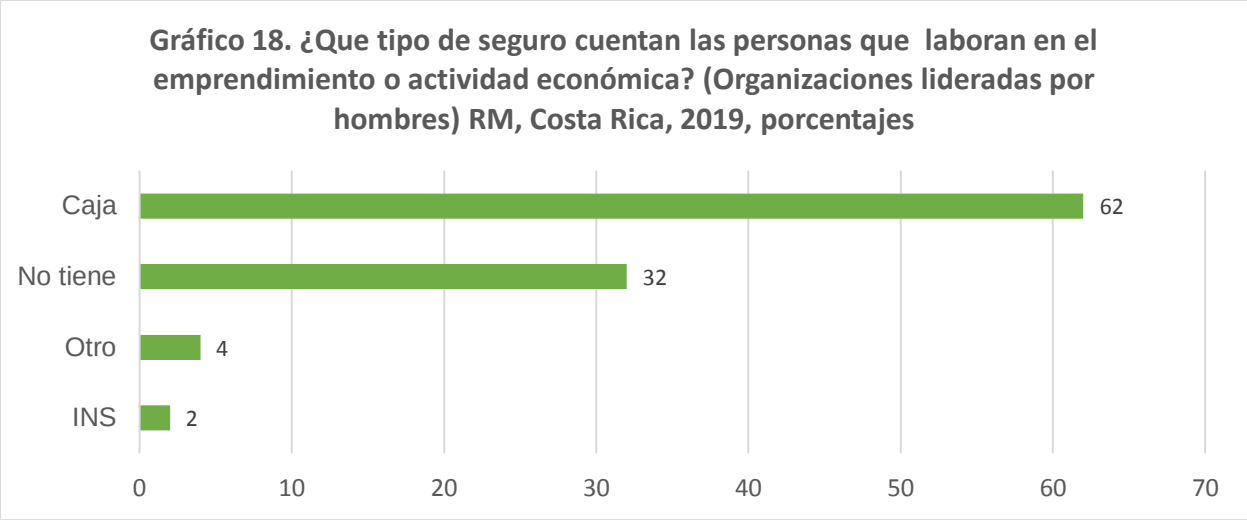


Esta información es muy interesante ya que nos lleva rápidamente a pensar que es más posible que los negocios liderados por hombres tengan oportunidad de crecer y fortalecerse y no así el de las mujeres. Esto por cuanto son los negocios de los hombres los que en más altos porcentajes indican tener posibilidades ahorrar, crecer y subsistir. Las mujeres en porcentajes altos indican que no genera suficiente o que genera para subsistir.

2.12 Tipo de seguro de las personas de la organización

El tipo de seguro con el que cuentan las personas que trabajan en las organizaciones de los hombres es el de la Caja Costarricense del Seguro Social (62%), un 32% no tienen ningún seguro, un 4% tiene otro tipo de seguro y el 2% están protegidos por el INS. Esta pregunta se hizo solamente para las organizaciones de los hombres por lo que no se puede comparar con las organizaciones de las mujeres.

En las organizaciones lideradas por hombres hay una relación significativa entre el tipo de estructura con el tipo de seguro que tienen las personas que laboran en la organización. Las organizaciones formales tienen mayor porcentaje de asegurados con la CCSS, mientras que en las organizaciones que están en la informalidad hay mayor porcentaje de personas que no cuentan con ningún tipo de seguro.

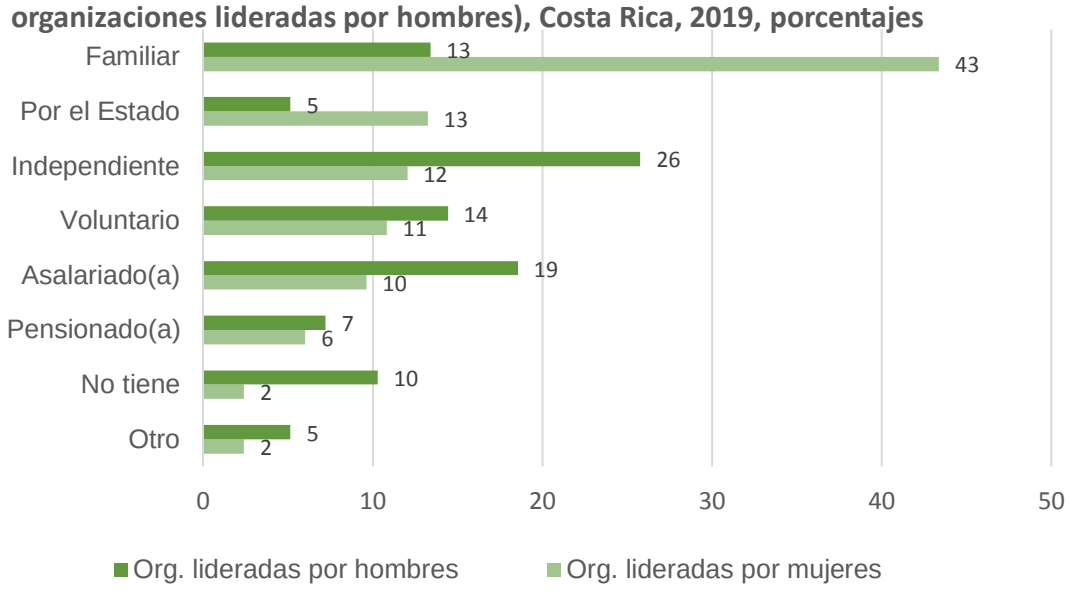


Otro aspecto investigado fue el tipo de seguro que poseen las personas entrevistadas, en las organizaciones de las mujeres un 43% tienen seguro familiar, el 13% es asegurado por el Estado, el 12% tiene seguro independiente, un 11% tiene seguro voluntario, un 10% es asalariada, un 6% es pensionada, un 2% no tiene seguro y un 2% tiene otro tipo de seguro.

En el caso de las organizaciones de los hombres un 26% posee seguro como trabajador independiente, un 19% son asalariados, un 14% es seguro voluntario, el 13% posee seguro familiar, un 10% no tiene seguro, un 6% son pensionados, y un 5% tiene otro tipo de seguro.

Se encontró evidencia estadística que hay diferencias entre el tipo de seguro que tienen las personas entrevistadas en las organizaciones de los hombres y las de las mujeres, específicamente, las mujeres tienen más seguros familiares y los hombres cuentan más con seguros independientes que las mujeres. Esta información es importante pues nos muestra que a futuro son los hombres que cuentan con seguro como trabajador independiente o los que están inscritos en planilla ante la Caja Costarricense del Seguro Social, quienes tendrán opciones de pensión por parte de la CCSS. Todas las mujeres que indican que no cuentan con seguro social directo no tienen acceso a una pensión.

Gráfico 19. ¿Qué tipo de seguro social tiene usted?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

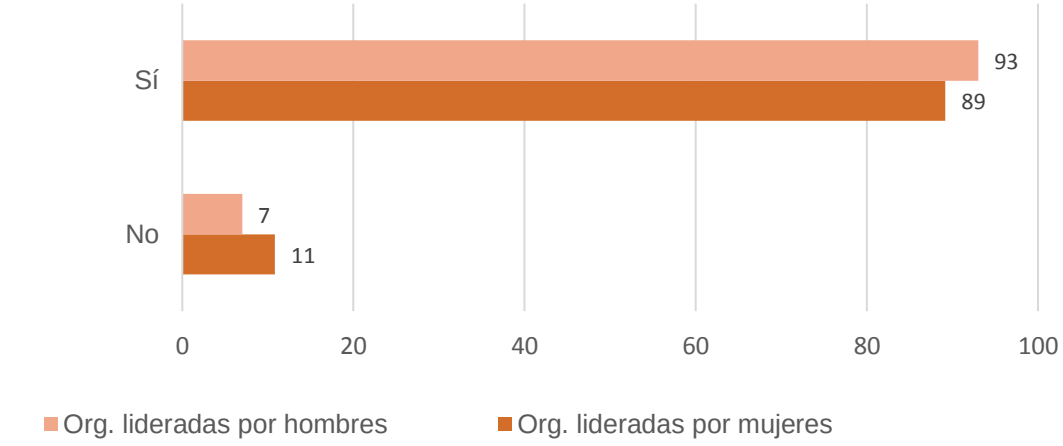


2.13 Capacitación y asesoría recibida

En cuanto a capacitación y asesoría recibida, no encontramos diferencias entre las organizaciones de los hombres y las de las mujeres, más adelante se analizará el tipo de capacitación y las diferencias entre las capacitaciones recibidas entre ambos grupos.

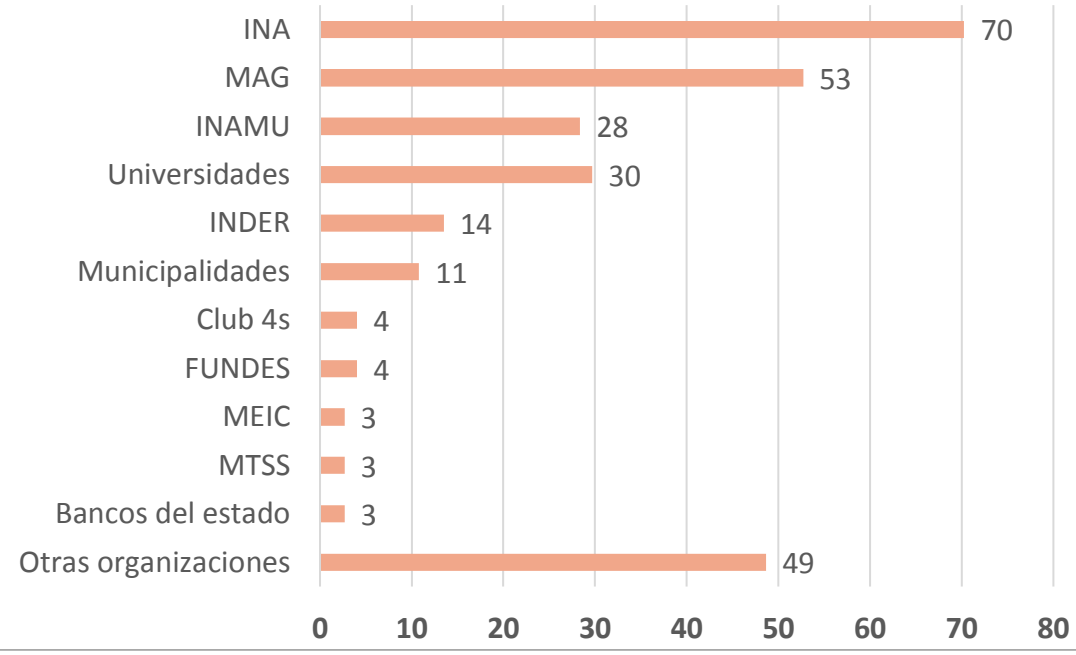
En cuanto a las asesorías y capacitaciones recibidas por parte de las instituciones privadas e instituciones del estado, un 89% de las mujeres si han recibido algún tipo de capacitación o asesoría y para las organizaciones de los hombres este porcentaje es de 93%.

Gráfico 20. . ¿Ha recibido capacitación o asesoría?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



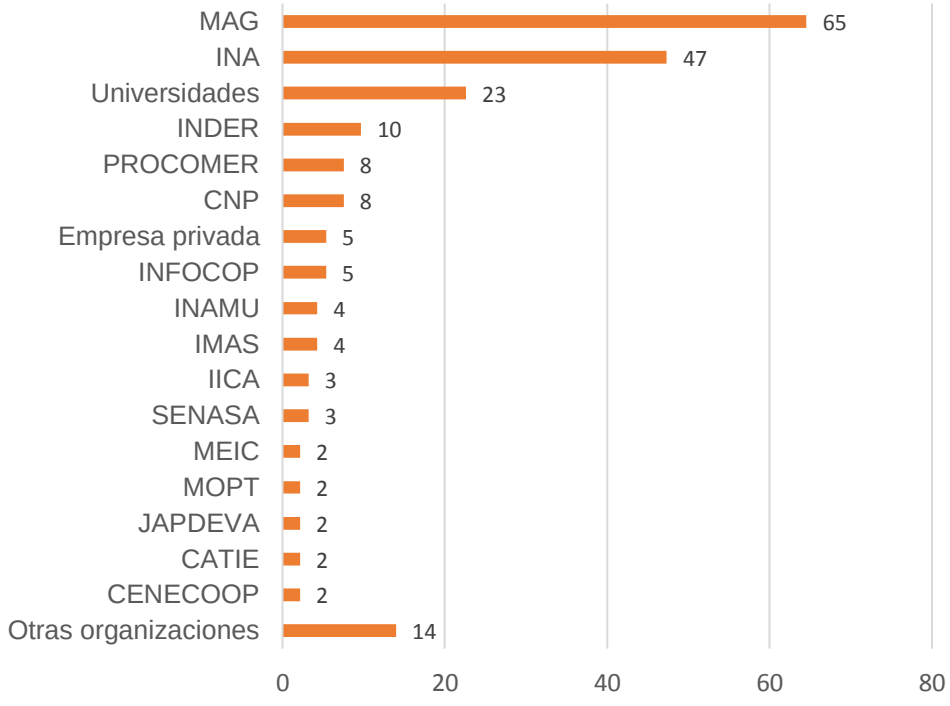
De las instituciones que han brindado asesorías a las mujeres, el INA ha dado un 70% de éstas, el MAG un 53%, otras organizaciones un 49%, el INAMU un 28%, otras Universidades un 30%, el INDER un 14%, las Municipalidades 11%, otras organizaciones que han brindado asesoría son FUNDES, Club 4s, Bancos del estado, MTSS y el MEIC. Un detalle de todas las instituciones que han brindado asesoría a las organizaciones de mujeres se puede ver en el siguiente gráfico.

Gráfico 21. Instituciones que les han brindado asesoría, RM (Org. Mujeres), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



De las instituciones que les han brindado asesorías a las organizaciones de hombres, el INA ha sido la principal con un 47%, universidades 23%, otras organizaciones 14%, el INDER 10%, PROCOMER 8%, CNP 8%, y otras organizaciones como la empresa privada, INFOCOP, el INAMU, el IMAS, IICA, SENASA, CENECOOP, CATIE, JAPDEVA, MOPT y MEIC. En el cuadro 5 se puede observar un comparativo de las instituciones que han brindado asesoría y capacitación a las organizaciones.

Gráfico 22. Tipo de capacitación o asesoría recibida (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por hombres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



Cuadro 5. Instituciones que han brindado capacitación y asesoría, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

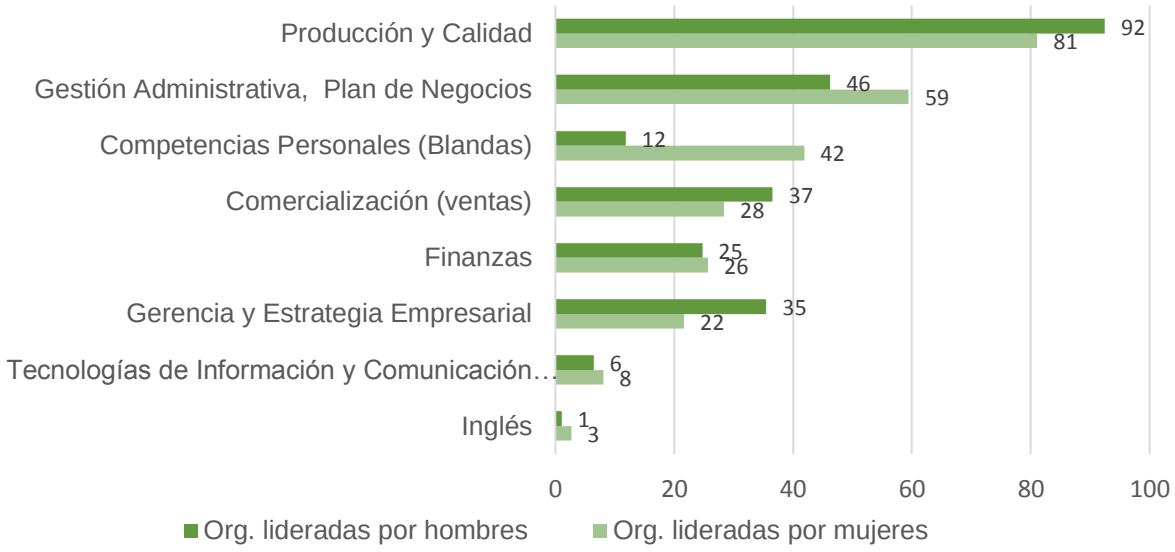
Instituciones/Organizaciones	Org. lideradas por mujeres (%)	Org. lideradas por hombres (%)
INA	70	47
MAG	53	65
Otras organizaciones	49	14
Universidades	30	23
INAMU	28	4
INDER	14	10
Municipalidades	11	-
Club 4s	4	-
FUNDES	4	-
Bancos del estado	3	-
MEIC	3	2
MTSS	3	-
CATIE	-	2
CENECOOP	-	2
CNP	-	8
Empresa privada	-	5
IICA	-	3
IMAS	-	4
INFOCOP	-	5
JAPDEVA	-	2
MOPT	-	2
PROCOMER	-	8
SENASA	-	3

Las organizaciones de mujeres han recibido capacitación principalmente en el Área de Producción y Calidad (81%), en Gestión Administrativa y Plan de Negocios (59%), Competencias Personales (42%), Comercialización Ventas (28%), así como en Gerencia Empresarial 22%.

Las organizaciones de los hombres han recibido capacitaciones principalmente en las áreas de Producción y Calidad (92%), un 46% en Gestión Administrativa y Plan de Negocios, un 37% en Comercialización y un 35% en Gerencia y Estrategia Empresarial.

No se encontraron diferencias significativas entre el tipo de capacitaciones recibidas por las organizaciones lideradas por mujeres las lideradas por hombres. Solamente en los cursos de habilidades blandas hay una mayor capacitación para las organizaciones lideradas por mujeres.

Gráfico 23. Tipo de capacitación o asesoría recibida (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

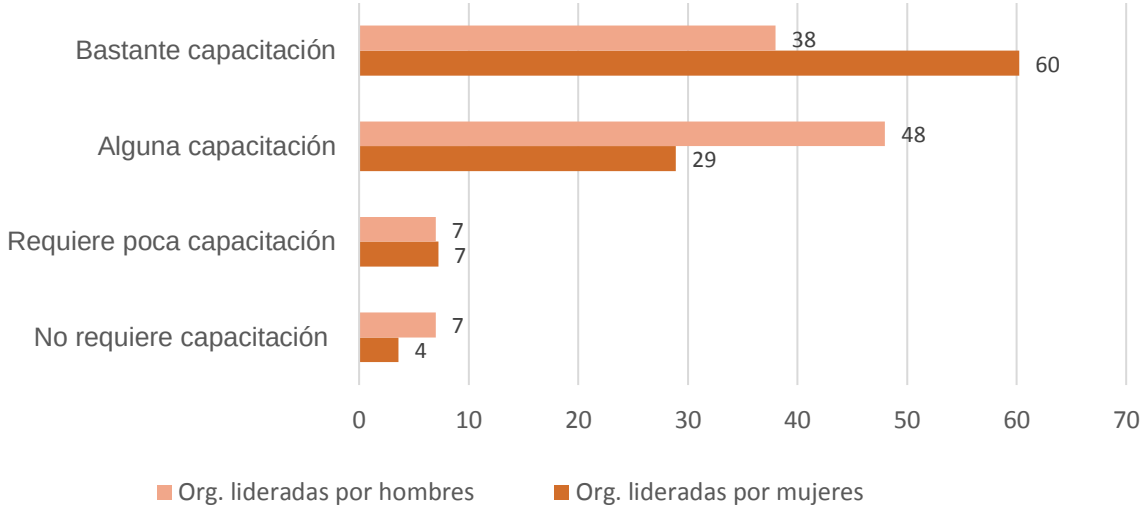


El 60% de las mujeres manifestaron que requieren bastante capacitación para desarrollar su negocio de una mejor manera, un 29% de las mujeres necesitan alguna capacitación, mientras un 14% requieren poca o ninguna capacitación.

En las organizaciones lideradas por hombres, un 38% dijo requerir bastante capacitación, mientras un 29% considera que necesita alguna capacitación para desarrollar mejor su negocio, un 11% dijo requerir poca o ninguna capacitación.

Según el criterio de los entrevistados las organizaciones de las mujeres requieren aún bastante capacitación, mientras que las de los hombres requieren menos capacitación. No se encontró relación estadística entre las mujeres emprendedoras que dijeron en un porcentaje más alto requerir capacitación y el grado de educación de estas.

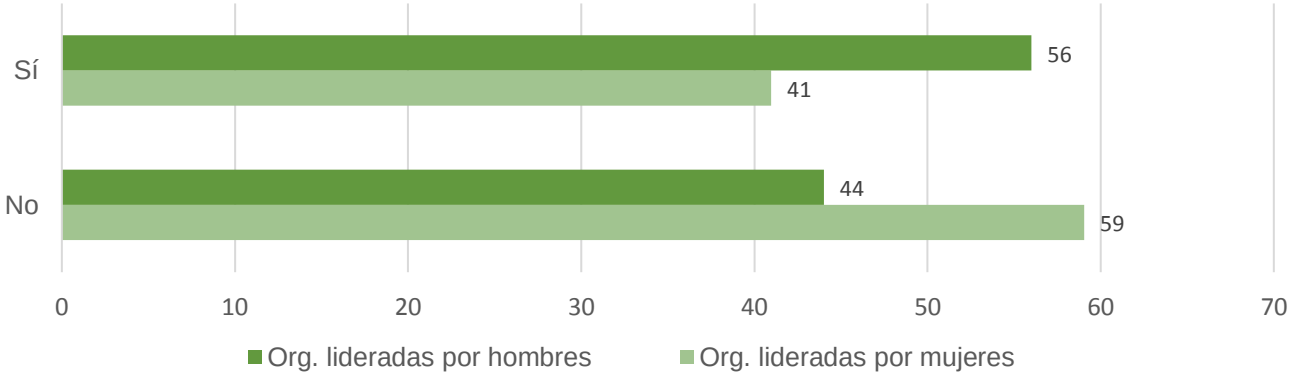
Gráfico 24. ¿Considera que requiere capacitación para desarrollar su negocio de una mejor manera?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.14 Financiamiento recibido por las organizaciones y acceso al crédito

En cuanto al financiamiento recibido por las organizaciones de mujeres, un 41% de las mujeres han recibido algún tipo de financiamiento y un 56% de las organizaciones de los hombres también. Según estos datos las organizaciones de hombres han tenido un 15% más de acceso al crédito.

Gráfico 25. ¿Ha recibido financiamiento?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



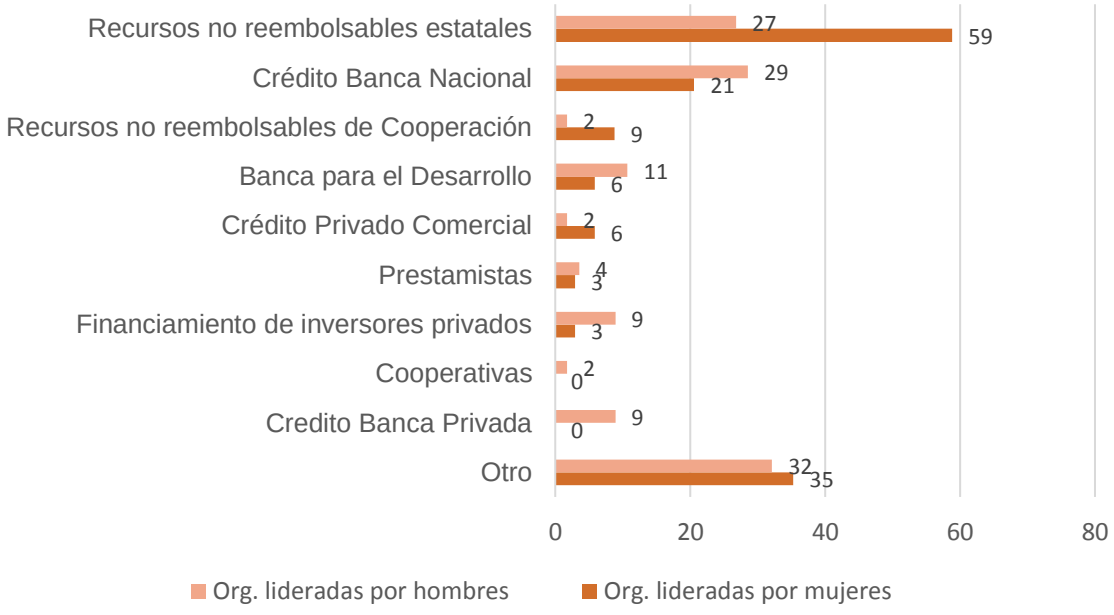
El 59% de las mujeres han recibido recursos no reembolsables estatales, el 21% de las mujeres tienen un financiamiento de crédito bancario nacional, un 9% han recibido recursos no reembolsables de cooperación, un 6% han recibido financiamiento de banca para el desarrollo, un 6% lo obtuvieron del crédito privado comercial, un 6% han recibido créditos de prestamistas e inversores privados y un 35% ha recibido financiamiento de otras fuentes como MAG, Infocoop, IMAS, INDER, FUNDE, Fundación Costa Rica Canadá, otras donaciones, Bandecosa, Fideimas, y Fomujeres.

En las organizaciones lideradas por hombres han obtenido financiamiento principalmente de crédito de banca nacional 29%, recursos no reembolsables estatales 27%, banca para el desarrollo 11%, inversores privados y prestamistas 13%, banca privada y privado comercial 11%, Cooperativas 2%, recursos no reembolsables de cooperación 2% y 32% de otras fuentes como Banco Popular, CNP, Dinadeco, Fomujeres, IMAS, Fundaciópn mujer, INAMU, INDER, Infocoop, MAG y Palmatica. El detalle completo de las fuentes de financiamiento se puede consultar en el gráfico 25.

Las organizaciones de las mujeres han tenido menos acceso a todo tipo de crédito, en todos los tipos de crédito las organizaciones de hombres han recibido mayor créditos. También han tenido menos acceso al crédito de Banca estatal y de Banca privada, y el crédito que han tenido se concentra principalmente en recursos no reembolsables estatales.

Si bien es cierto no se preguntó directamente si el hecho de que muchas veces las instituciones que brindan crédito solicitan garantías prendarias; se hizo una pregunta donde se les consultó por las principales razones por las que no habían accedido a créditos y en las organizaciones lideradas por mujeres un 10% dijeron que una razón es la solicitud de garantías hipotecarias. Se recomienda explorar esta variable en forma específica para ver que tanto influye en el acceso al crédito por parte de las organizaciones lideradas por las mujeres.

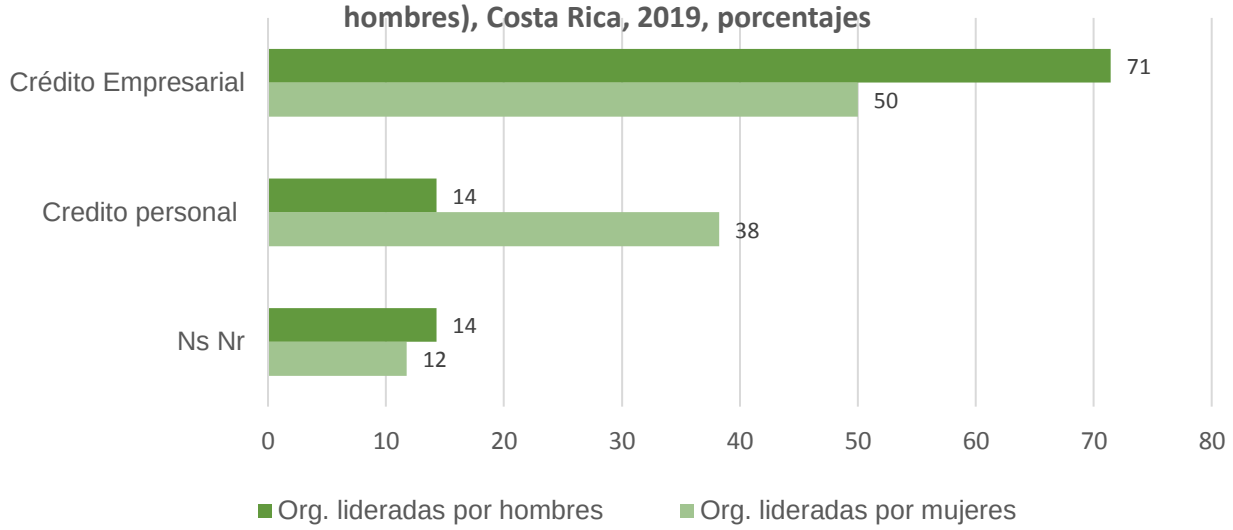
Gráfico 26. ¿Qué tipo de financiamiento? (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En relación con el tipo de crédito recibido por las organizaciones se tiene que un 50% de las organizaciones de mujeres recibieron el crédito empresarial, un 38% crédito personal y un 12% no supo identificar el tipo de crédito recibido. De los 13 créditos que se pidieron a título personal, 3 de ellos fueron solicitados por otras personas que no fueron los beneficiarios (esposo, una persona del MAG y una persona que no dijo).

En las organizaciones de los hombres los créditos recibidos fueron principalmente empresariales, un 71% así lo afirmó, un 14% recibieron créditos personales y un 14% no supo identificar si el tipo de crédito fue empresarial o personal. De los 8 créditos que se pidieron a título personal, uno fue solicitado a nombre de la asociación para ser utilizado por una persona física.

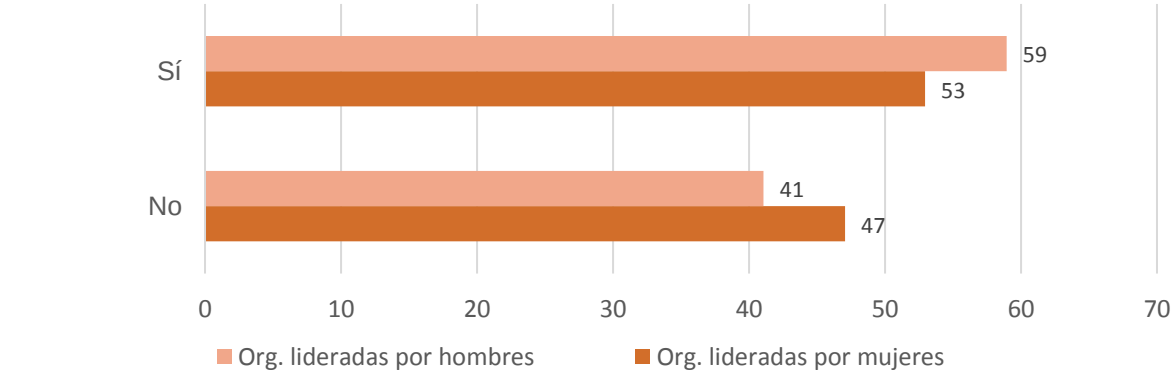
Gráfico 27. Ese crédito fue… , organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En cuanto al acompañamiento en asistencia técnica recibida por las instituciones que les brindaron los préstamos se puede observar que en las organizaciones lideradas por mujeres un 53% de las instituciones les dio ese acompañamiento en asistencia técnica o capacitación que se brinda posterior a ser otorgado el financiamiento.

En el caso de las organizaciones de los hombres un 59% dijeron haber recibido acompañamiento en asistencia técnica o capacitación para el desarrollo de su negocio.

Gráfico 28. La entidad que le prestó, le ha dado acompañamiento en asistencia técnica o capacitación para el desarrollo de su negocio?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



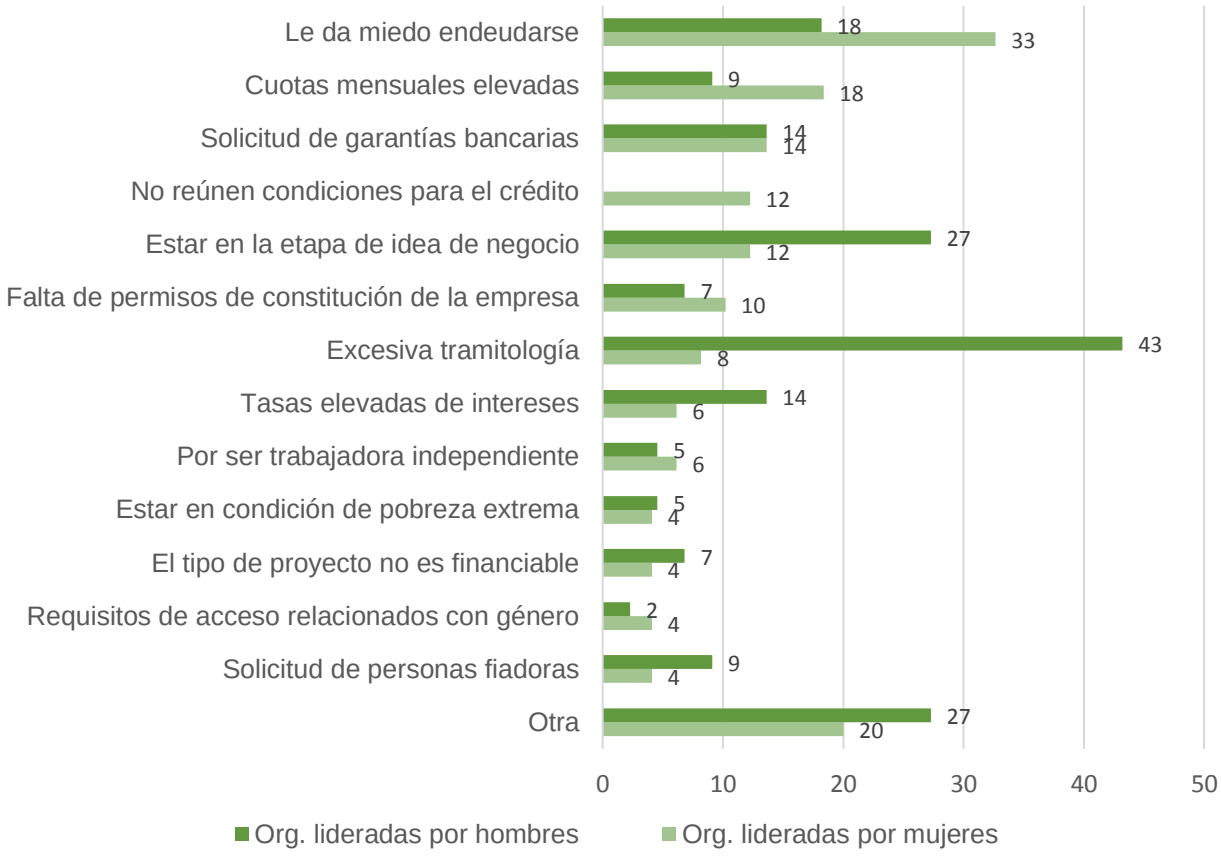
Un total de 49 organizaciones lideradas por mujeres y 44 organizaciones lideradas por hombres dijeron que no han recibido financiamiento, lo que representa un 59% para las organizaciones de mujeres y 44% para las organizaciones de los hombres.

De esas organizaciones que no han tenido acceso a financiamiento se indagaron los motivos por los que no lo habían hecho.

Las organizaciones de las mujeres indicaron que las principales razones para no endeudarse han sido: les da miedo endeudarse 33%, por las elevadas cuotas de pago de préstmo en un 18%, solicitud de garantías 14%, no reúnen los requisitos 12%, están en la etapa de idea de negocio 12%, no tienen permisos de constitución de la empresa 10%, hay excesiva tramitología 8%. También se mencionan las tasas de interés elevadas, la condición de pobreza extrema en que se encuentran, la condición de ser trabajadora independiente, el proyecto no es financiable, la existencia de requisitos de acceso relacionados con género (sin especificar el tipo de requisito), y solicitud de fiadores. Otras razones por las cuales las organizaciones de las mujeres no han accedido al crédito es por no tener un terreno, no tienen permiso de las instituciones que les han donado algo (del INDER) o porque están esperando una donación de terrenos del gobierno. El detalle completo se puede consultar en el gráfico 28.

En el caso de las organizaciones de los hombres mencionaron como razones para no endeudarse la excesiva tramitología 43%, estar en la etapa de idea del negocio 27%, miedo a endeudarse 18%, altas tasas de interés 14%, solicitud de garantías bancarias 14%, solicitud de personas fiadoras 9%, cuotas elevadas 9%, no estar constituidos como empresa 7%, tipo de proyecto no financiables 7%; también se mencionaron razones como: ser trabajador independiente, estar en pobreza extrema, requisitos relacionados con el género. Otras razones por las que las organizaciones de los hombres no han accedido al crédito son: por esperar un arriendo de terreno para producir más, otra por tener historial de crédito manchado, están concursando por un crédito, no se lo han planteado y les piden un currículum comercial que ellos no tienen.

Gráfico 29. ¿Cuáles son las razones por las cuales no han accedido al crédito? (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



Aspectos positivos del proceso de acceso al crédito

Cuando se consultó a las organizaciones de mujeres sobre los aspectos positivos del proceso para acceder al crédito, un 30% de las entrevistadas consideran que no ven ningún beneficio en obtener créditos, un 42% considera que les ayuda a terminar el proyecto, un 7% dijo que les genera responsabilidad, un 4% consideran que se ve las disposición de ayudar, 4% consideran que se dan facilidades de pago, un 4% les permite adquirir tierras, a un 5% les permite general ingresos, un 4% creen que se da acompañamiento y asesoramiento; otras razones mencionadas con un 2% fueron, que genera un compromiso, permite contratar más personal, se genera conexiones con otras personas, eficiencia, estabilidad, hay facilidad de requisitos, permite innovar, hay rapidez de entrega de un préstamo, ser puntual, permite mejorar ingresos, adquirir tierra,

accesibilidad sin tener que hipotecar, seguridad, tasas de interés favorables, mejores garantías por tener un crédito.

Los entrevistados en las organizaciones de los hombres consideran en un 81% de los casos que no ven aspectos positivos al adquirir un crédito, un 6% consideran que permite crecer, un 4% lo consideran una ayuda, un 4% lo ven como la facilidad que hay en los trámites, un 3% lo ven como desarrollo, un 3%, solventar infraestructura un 3%, lo ven como rápido y ágil, apoyo en infraestructura 2%; también mencionaron aspectos en 1% de los casos cada uno: el aumento en el área de producción, la capacitación antes del crédito, el apoyo técnico, poder contar con dinero en efectivo, para aumentar equipamiento, más exposición, poder invertir, ser más competitivos, mayor rentabilidad, mecanismo adicional de financiamiento, necesario, no era hipotecario, permite tener la propia fábrica, invertir en publicidad, ayuda financiera, tener trasporte, contratar personal , comprar maquinaria, abre oportunidades y es accesible.

Aspectos negativos del proceso de acceso al crédito

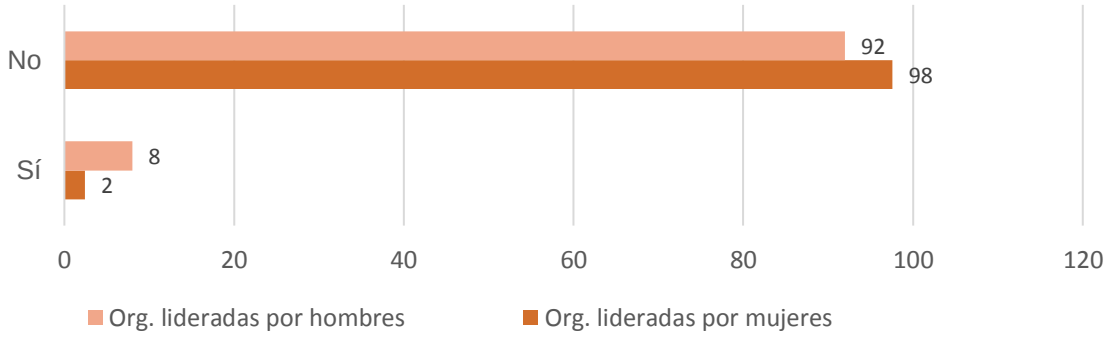
Cuando se les preguntó a las entrevistadas en las organizaciones de mujeres por los aspectos negativos del proceso de acceso al crédito, un 37% dijeron que no hay aspectos negativos, un 32% considera que piden muchos requisitos y es un proceso lento, a un 14% le da miedo endeudarse y no poder con los pagos, los altos intereses y altas las cuotas lo mencionaron un 11%, hay que hipotecar propiedades 5%, no tienen los requisitos 5%, no quiere deudas 4%, y por ser mujer no le dan el crédito 4%. Los siguientes aspectos negativos los mencionaron en un 2% de los casos: es un proyecto pequeño, falta de liquidez, el impacto socioeconómico a nivel familiar, la inseguridad por las plagas o condiciones climáticas, el no darle seguimiento al grupo, dura poco tiempo la ayuda que dan, la responsabilidad adquirida, el ser un proyecto pequeño, si una no paga, los demás pagan por los que no pagaron y temor de no cumplir con los pagos.

En las organizaciones de los hombres un 63% mencionaron no tener ningún aspecto negativo, un 29% considera que son procesos largos con muchos trámites y requisitos, un 6% considera que cuesta mucho acceder a los créditos, un 3% dicen que hay que hipotecar propiedades; otros aspectos mencionados por el 1% de los casos fueron: el compromiso adquirido, la falta de seguimiento, la dificultad de llenar los documentos, la falta voluntad política, largo plazo de crédito, son minuciosos, no dan con facilidades a los pequeños productores, hay riesgos por el cambio climático, las tasas son ajustables y no pueden acceder porque ya la finca tiene un gravamen.

2.15 Uso de tarjeta de crédito y débito para el desarrollo del negocio

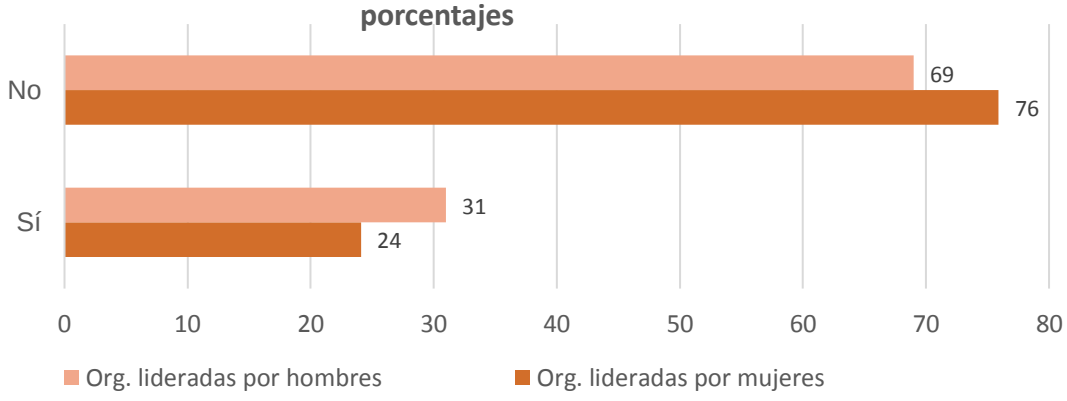
El uso de tarjeta de crédito es muy bajo para las organizaciones de mujeres, las cuales dijeron que solo el 2% la utilizan para el desarrollo de su negocio. En el caso de las organizaciones de los hombres el uso es también bajo, solo el 8% dijeron utilizarla en el desarrollo del negocio.

Gráfico 30. ¿Utiliza tarjeta de crédito para el desarrollo de su negocio?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En cambio, las tarjetas de débito son más utilizadas tanto en las organizaciones de las mujeres como en las que son lideradas por hombres. En el caso de las organizaciones de mujeres un 24% dijo que utilizan las tarjetas de débito para el desarrollo del negocio, mientras que en las organizaciones de hombres este porcentaje es de 31%.

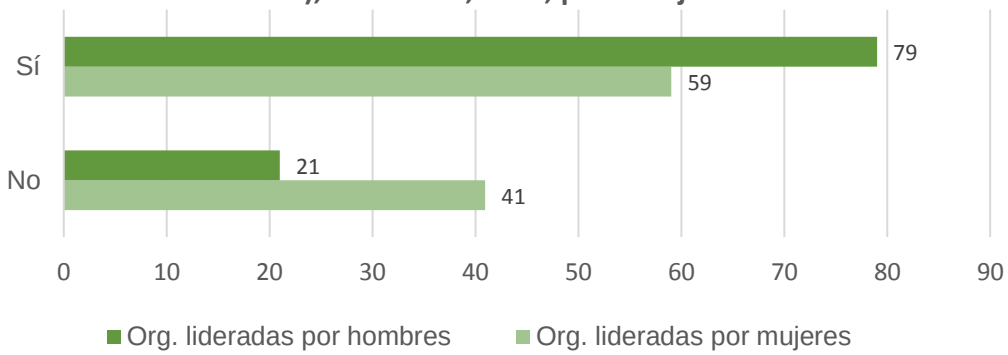
Gráfico 31. ¿Utiliza tarjeta de débito para el desarrollo de su negocio?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.16 Acceso a la tierra

En relación con el acceso a la tierra para el desarrollo del negocio, un 59% de las organizaciones de las mujeres cuentan con tierra para desarrollar la actividad productiva, mientras que en el caso de las organizaciones de los hombres un 79% tiene acceso a la tierra. Esto nos muestra otro aspecto en que las organizaciones de los hombres y las mujeres se diferencian ya que un 20% más de organizaciones de hombres cuentan con tierra. El tener la tierra fortalece el negocio y lo hace más sostenible.

Gráfico 32. ¿Cuenta usted o su organización con tierra para desarrollar su actividad productiva?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



Los siguientes factores impiden que las mujeres o la organización no puedan tener acceso a la tierra para desarrollar su actividad productiva, de las 34 organizaciones que dijeron no tener tierra para desarrollar su actividad, a 21 de ellas les falta dinero para compra tierra o los terrenos son caros, según 4 de las organizaciones el exceso de burocracia y trámites también lo impiden, 2 de las entrevistadas consideran que le dan más tierra a los hombres, otras 2 personas dijeron que no hay mucho terreno disponible para la venta, 2 dijeron no ser sujetos de crédito; las otras mujeres mencionan los siguientes factores: poco acceso a la ubicación de caminos y servicios básicos, falta apoyo del INDER, poca consolidación del proyecto, la contaminación de la brosa del café les limita obtener tierras, costo elevado de la elaboración del proyecto, desconocen los procesos para adquirirla, está en espera de adjudicación de un terreno, están en la espera de inicio del negocio, falta de apoyo de compañeras, falta definir proyecto, hubo fraude por parte de otra asociación, ya les habían otorgado tierra pero se la dejó la otra asociación, las fincas no cumplen con los requisitos para el proyecto, lentitud en tramitología del INDER, nadie les quiere donar o vender, no son sujetos de crédito, nunca

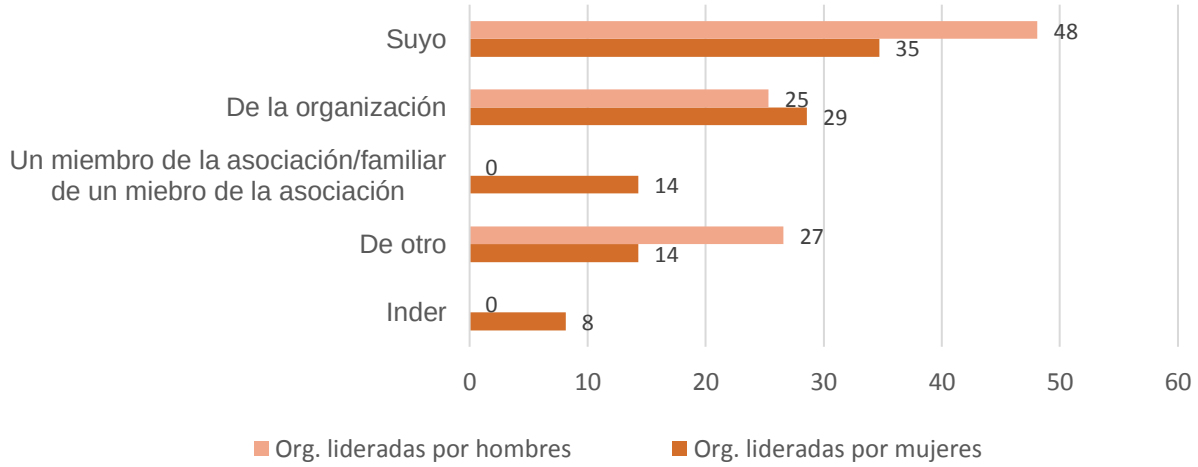
han pedido, tendrían que pedir un préstamo, tienen parcelas para cada una y vendieron la tierra donde producían.

En el caso de las organizaciones de los hombres, 21 dijeron no tener acceso a la tierra para desarrollar su actividad económica, 7 dicen no contar con recursos para adquirirla, en 6 de ellas cada socio tiene su tierra, 2 consideran que se requiere de trámites complejos, 2 no respondieron a la pregunta. Otros factores mencionados fueron: no requieren tierra ya que cuentan con almacén, la economía del país, se encuentran en límite fronterizo y lo consideran poco rentable.

De las 49 organizaciones lideradas por mujeres que poseen tierra para el desarrollo de su negocio, un 35% de las organizaciones de las mujeres tienen la tierra a nombre suyo, un 29% se encuentra a nombre de la organización, un 14% a nombre de un miembro de la asociación o de un familiar de un miembro de las asociación, un 14% a nombre de otros (una asociación de desarrollo, es prestada o está en arrendamiento, territorio indígena, concesión municipal o está a nombre de cada asociada) y un 8% a nombre del Inder.

En el caso de los hombres son 79 las organizaciones que poseen tierra para desarrollar su actividad, y en el 48% de los casos está a nombre de la persona entrevistada, en un 25% de los casos se encuentra a nombre de la organización y en un 27% de los casos se encuentra a nombre de otras personas (cada miembro cuenta con su propia tierra, concesiones, familiares, un miembro de la organización, Inder y el ICE).

Gráfico 33. Esa tierra está a nombre… , organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



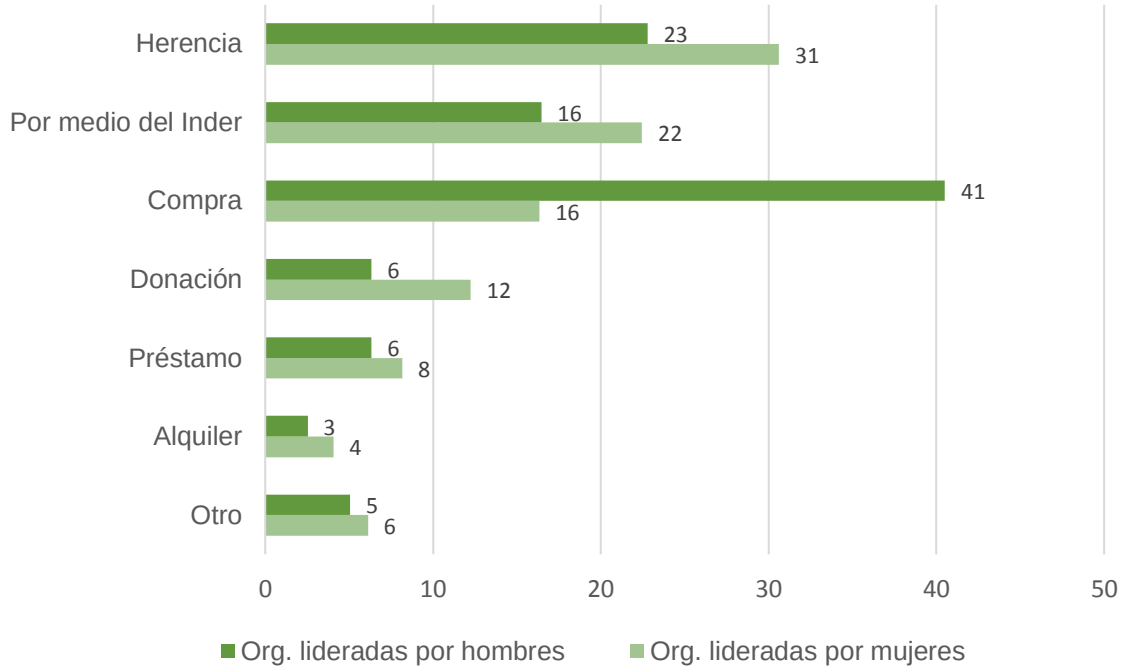
Cuando se consulta bajo cuál registro o nombre se encuentra la tierra, 7 personas dicen que la tierra está a nombre de una asociación de desarrollo, una porque está en arrendamiento, una persona manifiesta que está a nombre de una casa de habitación, una persona le presta aparte de la asociación, una tierra prestada, un territorio indígena por ley y una tierra municipal por concesión.

La forma en que las organizaciones de mujeres han adquirido la tierra ha sido principalmente mediante la herencia (31%), el 24% la ha adquirido por medio del INDER, un 16% la ha comprado, un 12% ha sido por donación, un 10% la tiene prestada, un 4% la alquila y un 2% la tiene en arriendo con el INDER o pertenece a un familiar de una asociada.

Las organizaciones lideradas por hombres han obtenido la tierra principalmente a través de la compra (41%), en segundo lugar la obtuvieron por medio de una herencia (23%),un 16% por medio del INDER, un 6% a través de donaciones, otro 6% la tiene a préstamo, un 3% la alquila y un 5% por otro medio (crédito bancario, cada miembro aportó capital, un convenio con el ICE, Coopeande, el IMAS, un miembro de la asociación o a con la cooperación de los vecinos). En el caso de los terrenos que alquilan lo hacen con tierra de una empresa hermana y con tierra de un miembro de la cooperativa. Los que tienen terrenos a préstamo lo hacen a través del BCR, Coopeande y los vecinos.

Importante indicar que de acuerdo con estos datos las organizaciones lideradas por hombres en un porcentaje más alto han obtenido la tierra a través de la compra, y lo han hecho en un 29% más que las organizaciones de mujeres. También solamente las organizaciones de hombres presentan porcentajes relacionados con la adquisición de la tierra por otros medios como créditos bancarios o cooperación de vecinos, etc. En el caso de adquisición por medio del INDER, donaciones y herencias son más altos los porcentajes presentados por las organizaciones de mujeres y éstas no presentan adquisiciones de tierra por créditos bancarios, o por aporte de capital de miembros,etc. Esto es interesante pues muestra que hay mayor nivel de sofisticación de las formas de adquisición por parte de las organizaciones de hombres que se relaciona definitivamente con los niveles de formalidad de las organizaciones también de hombres así como con las ganancias que reciben de sus negocios, ya que como vimos tienen más oportunidad de ser exitosos en relación con las capacidades de ahorro, subsistencia,etc.

Gráfico 34. Forma de adquisición de la tierra, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

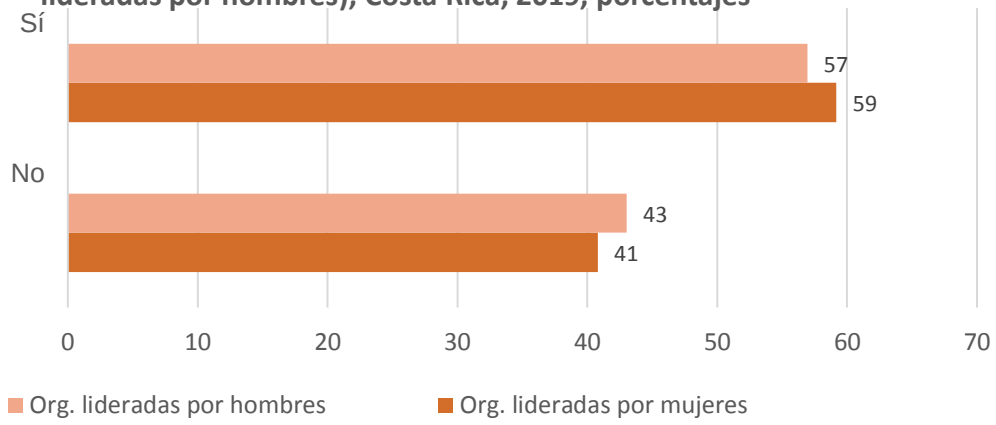


De las 83 organizaciones de mujeres a las que se les realizó la entrevistas en 34 casos las organizaciones no cuentan con tierra, solo 49 organizaciones cuentan con tierra para desarrollar su actividad económica. En 17 de los casos la tierra está a nombre de la persona entrevistada y en 14 casos a nombre de la organización, 7 de a nombre de un miembro de la asociación, 4 a nombre del INDER, y 7 a nombre de otras personas (una es territorio indígena, dos que les prestan, uno es arrendamiento, uno es de la Asociación de Desarrollo, uno es tierra municipal por concesión, y en otro de los casos cada una tiene su casa a nombre suyo).

En las 79 organizaciones lideradas por hombres que se les consultó, en 67 de las organizaciones la tierra se encuentra a nombre de la persona entrevistada, y en 12 casos no lo está. Las razones por la que no se cuenta con títulos de propiedad son: porque antes era un precario y lo compró a terceros, arrienda la parcela, tiene un convenio con el ICE, es de la esposa y está en trámite la escritura, es una donación, está en proceso de obtener el título de propiedad, es una adjudicación del Inder, está a nombre de un miembro de la cooperativa, es del INDER, pertenece al papá, tenía una propiedad a nombre de él y por eso no le han dado el título de propiedad.

A esas organizaciones que dijeron tener tierra para desarrollar su negocio, se les consultó si la tierra era suficiente para el desarrollo de la actividad productiva, en el caso de las organizaciones de las mujeres un 59% considera que es suficiente; un porcentaje muy similar (57%) de las organizaciones de los hombres consideraron lo mismo.

Gráfico 35. ¿La tierra que usted o su organización posee es suficiente para el desarrollo de su actividad productiva?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En total 20 de 49 organizaciones lideradas por mujeres indicaron no tener espacio suficiente para el desarrollo de la actividad productiva. Algunas de las razones por las que dicen que la tierra no es suficiente para el desarrollo de la actividad productiva son las siguientes: 15 de las organizaciones aducen que es porque requiere más espacio para producir más, otras razones mencionadas son: la tierra está frente a la calle pública, no pueden crecer, necesitan el terreno para la asociación y estar juntas, los pájaros se comen los cultivos, se ven limitados por situación de la naciente del agua.

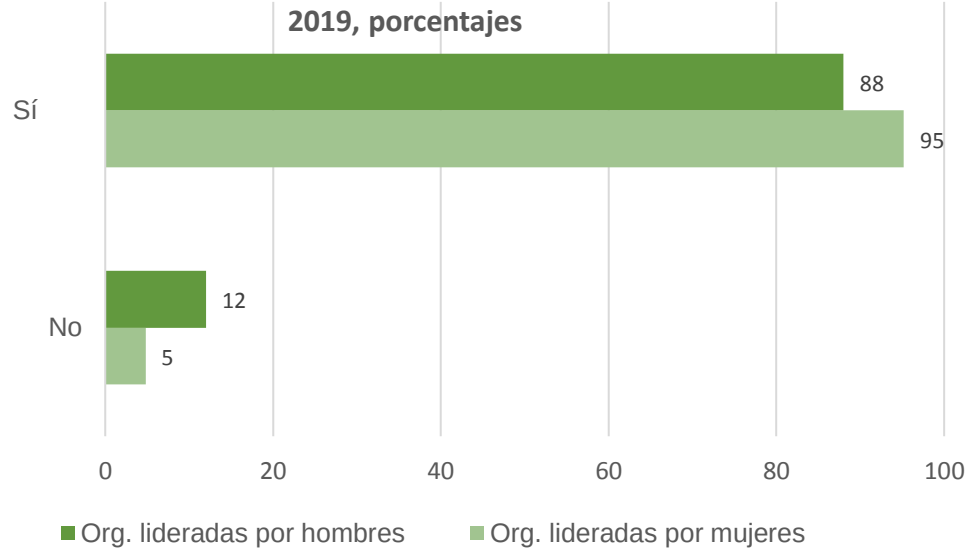
En 33 de 79 de las organizaciones de los hombres mencionaron que no era suficiente la tierra para el desarrollo de su actividad productiva, las razones que dieron para justificar su respuesta fueron: 22 indicaron que es insuficiente para aumentar la producción, 6 dijeron que necesitan más tierra para crecer, también mencionaron que la tierra es muy cara, la organización no tiene terreno, les falta oficina una oficina, una persona no sabe o no responde, se necesita tierra para la organización.

También se indagó si la organización requiere tierra para desarrollar la actividad productiva. En las organizaciones lideradas por mujeres un 95% indicaron que sí la requieren, mientras en las organizaciones de los hombres ese porcentaje es de 88%.

Del 5% de entrevistadas que dijeron que su organización no requiere tierra para desarrollar la actividad productiva, indicaron que las principales razones por las que las no requieren de tierra es por ser un proyecto pequeño, porque lo que necesitan es infraestructura y necesitan otros recursos. Sin embargo, estas organizaciones que dijeron no necesitar tierra para producir, por ahora, ya que tienen sus necesidades cubiertas, todas contaban con tierra en el momento que se les hizo la entrevista.

Las razones que tienen las organizaciones de los hombres por las que en este momento no requieren de tierra para desarrollar su labor productiva es porque cada productor cuenta con terreno, porque tiene espacio en la feria, lo que requieren es capital para comprar más tilapia, otros requieren el funcionamiento del grupo productivo y uno solo compra a los productores. Se puede observar las razones son diversas y la mayoría de las organizaciones ya tienen cubierta la necesidad de un terreno para producir por el momento.

Gráfico 36. ¿Usted o su organización requieren tierra para desarrollar su actividad productiva?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones), Costa Rica, 2019, porcentajes

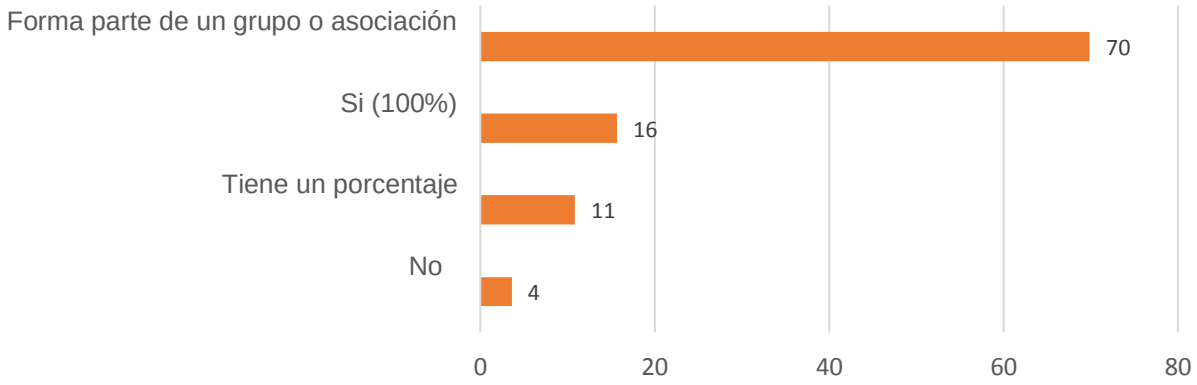


2.17 Personas propietarias del negocio

Cuando se les consultó sobre si las entrevistadas eran los propietarias del negocio, en las organizaciones de las mujeres un 70% dicen que la propiedad es del grupo o asociación, solamente el 16% dijo ser propietaria de la totalidad del negocio, mientras un 11% tienen un porcentaje y un 4% no tiene participación en la propiedad del negocios. Del 11% de las mujeres que dijeron tener un porcentaje del negocio, ese 11% lo conforman 9 mujeres, de las cuales 4 de ellas poseen entre el 25% y 50% de éste, otras 4 tienen entre un 8% y 20% de participación, y una de ellas tienen entre un 3% de participación.

En el caso de las organizaciones de los hombres esta pregunta no se incluyó en el cuestionario, por lo que no se pueden hacer comparaciones.

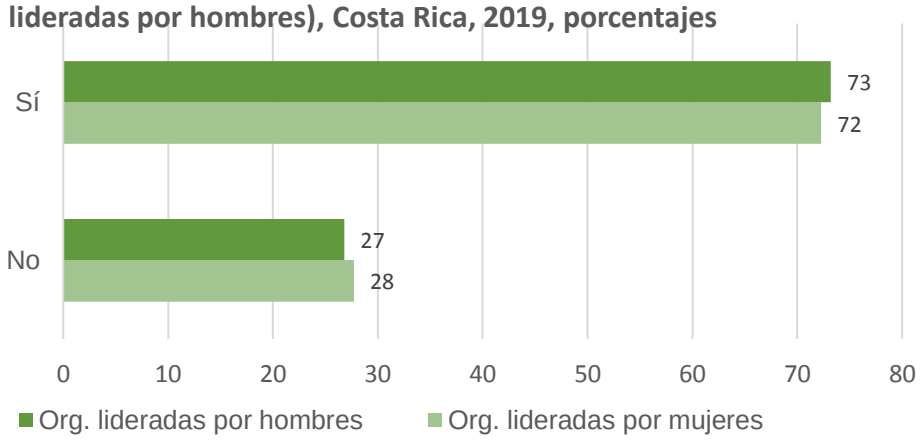
Gráfico 37. ¿Es usted la persona propietaria del negocio? , organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.18 Participación de la familia en el negocio

En cuanto a la pregunta si las personas consultan a alguien de su familia, amigos u otras personas sobre las decisiones de su empresa, un 72% de las mujeres y en un 73% de los casos en las organizaciones de los hombres, se utiliza esta práctica.

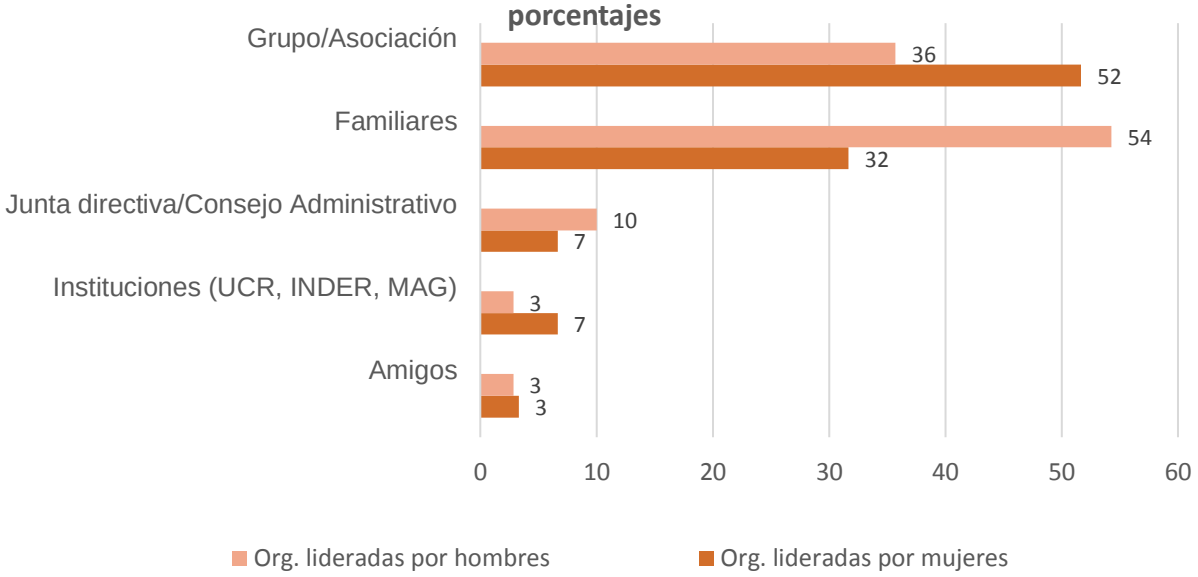
Gráfico 38. ¿Consulta a alguien (familia, pareja, amigos/as, otros) sobre las decisiones de su empresa?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En cuanto a la pregunta si las personas consultan a alguien sobre las decisiones de su empresa y a quién le consultan específicamente, un 52% de las mujeres les consultan a principalmente al grupo o asociación sobre la toma de decisiones, mientras el 32% le consulta a sus familiares un menor porcentaje consulta con la junta directiva y el consejo administrativo (7%), otro 7% dijeron que consultan a las instituciones como el Inder, MAG y UCR, y un menor porcentaje consulta a los amigos (3%).

En las organizaciones lideradas por hombres piden consejo y consultan principalmente a la familia (54%, en segundo lugar, utilizan al grupo o asociación a las que pertenecen (36%), otro 10% indicaron consultar a las juntas directivas y al Consejo administrativo, y en menor grado consultan a las instituciones y a los amigos. El detalle completo de la información se puede ver en el gráfico 39.

Gráfico 39. ¿A quién consulta para tomar decisiones sobre la empresa? , organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.19 Horas por día dedicadas al negocio

Con respecto a las horas diarias que las personas líderes de agrupaciones de mujeres, en promedio ellas dedican 4 horas a realizar funciones del negocio. En las organizaciones de los hombres este tiempo es en promedio 8 horas, lo que nos indica que dedican el día laboral entero a dichas actividades, mientras que las mujeres lo hacen por medio tiempo.

Lo anterior nos indica que las mujeres no pueden dedicarse tiempo completo a estas actividades productivas teniendo que realizar sus tareas domésticas y labores de cuido convirtiéndose su actividad productiva en trabajos “complementarios”. De tal forma, no pueden dedicar el mismo esfuerzo que le dedican los hombres a su trabajo. Habría que investigar más a fondo sobre las jornadas de trabajo que tienen estas mujeres si se contabilizara el tiempo que dedican a labores del hogar, labores de cuido más su trabajo en las organizaciones, ya que podríamos encontrar que esas jornadas superan a las de los hombres.

También podríamos relacionar esta dedicación de media jornada a la actividad productiva con otras características vistas con anterioridad en relación con las organizaciones lideradas por mujeres como por ejemplo, la falta de formalidad de un porcentaje alto de organizaciones; la indicación de la carencia de ingresos generados

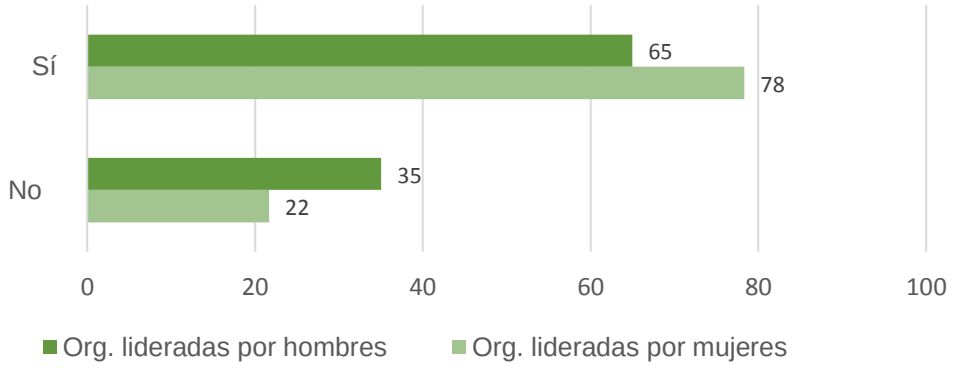
por el negocio. Esto nos lleva a afirmar que las organizaciones con estructura formal obtienen mayores ingresos que las que su estructura es informal.

2.20 Apoyo familiar en las tareas domésticas

Para conocer un poco más sobre las obligaciones de las empresarias y el apoyo familiar que tienen para poder dedicar más tiempo a las labores de la empresa, se les preguntó si tienen apoyo en la familia nuclear en las tareas domésticas. Al parecer un 78% de las entrevistadas dice que las labores domésticas están distribuidas entre los diferentes miembros del núcleo familiar, lo que indica que su familia la apoya en esas labores. Según este dato este no debería ser un impedimento para su desarrollo de su emprendimiento, pero podría mejorarse para que sea menor el porcentaje de mujeres que no reciben apoyo en las labores diarias del hogar. Se indica entonces que un 22% de mujeres no cuenta con ese apoyo teniendo entonces que realizar las labores del emprendedurismo y las labores domésticas y de cuido

En el caso de las organizaciones de los hombres, en un 65% de los casos, las tareas domésticas están distribuidas entre los diferentes miembros del hogar. Si bien es cierto que no hay diferencias significativas entre la distribución de las tareas domésticas en los hogares de los entrevistados hombres y las mujeres, en este análisis debería considerarse que en una familia por lo general los hombres tienen menor cantidad de tareas asignadas que las mujeres, por lo que para hacer comparables estas cifras sería necesario conocer las tareas que cada uno tiene asignadas en el hogar y excluir a las personas que viven solas ya que no tienen alguien para compartir dichas tareas.

Gráfico 40. ¿Están las tareas domésticas distribuidas entre los diferentes integrantes de su núcleo familiar?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

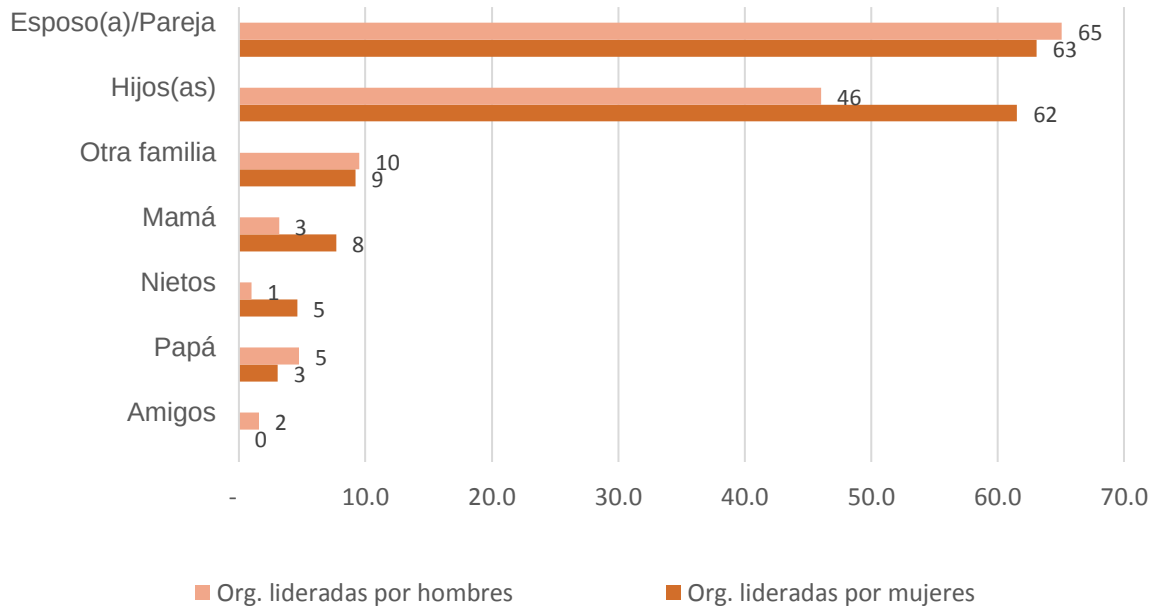


Tanto en las organizaciones de los hombres como las que son lideradas por las mujeres el principal apoyo en las tareas domésticas lo tienen de sus parejas, un 65% de los entrevistados en organizaciones de los hombres y un 63% en las organizaciones de las mujeres así lo indicaron. El segundo apoyo mencionado en las organizaciones de las mujeres los constituye los hijos, un 62% de las entrevistadas así lo mencionan, un 8% mencionan a sus padres y un 9% mencionan a otros familiares.

En las organizaciones de los hombres los hijos constituyen para un 46% de los casos un apoyo en la distribución de las tareas domésticas, otros familiares también participan apoyando (9%) y el apoyo de los padres se da en un 11% de los casos consultados.

Se encontraron diferencias significativas entre las organizaciones lideradas por mujeres y las que son lideradas por los hombres respecto al apoyo que dan los hijos(as) en las tareas domésticas en el hogar. Las organizaciones de la mujeres reciben más apoyo de sus hijos(as) en labores del hogar, que la que reciben los entrevistados en las organizaciones de los hombres.

Gráfico 41. ¿Quiénes de su núcleo familiar participan en la distribución de las tareas domésticas? (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria, Costa Rica, 2019, porcentajes



Tiempo dedicado a las labores domésticas

Para complementar esta información, se les consultó sobre el tiempo promedio que dedican a las labores domésticas en un día, en las organizaciones de mujeres en promedio dedican 5 horas diarias mientras en las organizaciones de los hombres los entrevistados dijeron dedicar 3 horas en promedio a esas labores. Esa diferencia de tiempo dedicada a labores del hogar, van a restar tiempo dedicado al desarrollo de la organización.

Al respecto es interesante rescatar que el trabajo doméstico no remunerado se muestra aquí como una carga desproporcionada para las mujeres representantes de organizaciones mujeres, reportando hasta 2 horas más que los hombres diarias, para un total de 14 horas más por semana. Esto evidencia una clara división sexual del trabajo y brecha de género en la distribución y uso del tiempo entre hombres y mujeres. Estas labores de cuido y atención del hogar que no son remuneradas, son muy importantes para el desarrollo integral de las personas menores de edad pero también para el bienestar de la familia y el desarrollo económico el país. Potencian estas actividades que las personas en la familia cuenten con salud, estén alimentadas adecuadamente, vivan en condiciones higiénicas y con atención emocional, tan necesaria para el desarrollo humano.

En la presentación de resultados de la Encuesta Nacional de Uso del Tiempo (ENUT) 2017 se indicó que:

> La preparación y servicio de alimentos es la actividad a la cual las mujeres le dedican más tiempo a la semana, las mujeres realizan esta labor casi 4 veces más que los hombres. La segunda actividad a la que se destina más tiempo es la limpieza y mantenimiento de la vivienda al dedicarle las mujeres 9 horas semanales, comparadas con 03:37 horas por parte de los hombres.

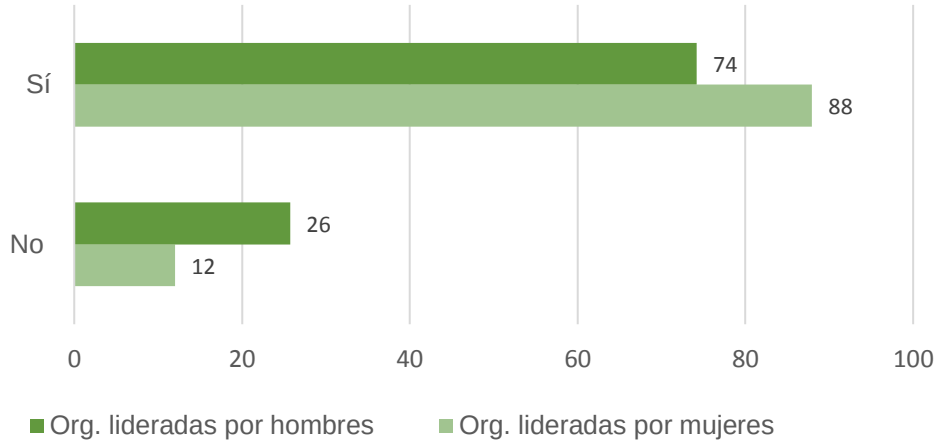
La atención de estos datos revela una vez más la importancia del enfoque transversal de género, pues las soluciones y políticas públicas que se formulen para mejorar la condición asociativa de las mujeres y su productividad económica, no puede dejar de lado aspectos como la procura en igualdad de condiciones en otros aspectos de la vida familiar en donde los hombres asuman mayor protagonismo en las tareas del hogar y labores de cuido. Estas soluciones deben toma en cuenta las cargas globales de trabajo, y que las mujeres no tengan una doble jornada laboral. Estas políticas públicas deberían fomentar programas de servicios y atención para el cuido, lo cual permitiría a las mujeres dedicar más tiempo a la vida laboral.

2.21 Apoyo de la familia en el negocio

Para profundizar en el tema del apoyo familiar recibido por las organizaciones de mujeres y de hombres, se les planteó una pregunta específica en donde se obtuvo que en un

88% de los casos las familias brindan apoyo a las mujeres que forman parte de una organización productiva, mientras que en las organizaciones lideradas por hombres este apoyo en un poco menor (74%). Se encontraron diferencias significativas entre el apoyo que reciben los entrevistados de las organizaciones lideradas hombres y las lideradas por las mujeres, es mayor el apoyo que reciben en las organizaciones de las mujeres.

Gráfico 42. ¿Cuenta con apoyo de su familia en el negocio?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



En las organizaciones de las mujeres el principal apoyo en el negocio lo da la pareja, así lo mencionaron el 71% de las entrevistadas, el segundo apoyo lo tienen de hijos e hijas con un 64%, los padres también son un apoyo importante, un 25% les brindan apoyo en diferentes labores.

Se encontraron diferencias significativas entre las organizaciones lideradas por mujeres y las que son lideradas por los hombres respecto al apoyo que dan los hijos(as) en el negocio. Las organizaciones de la mujeres reciben más apoyo de sus hijos(as) en labores del negocio, que la que reciben los entrevistados en las organizaciones de los hombres.

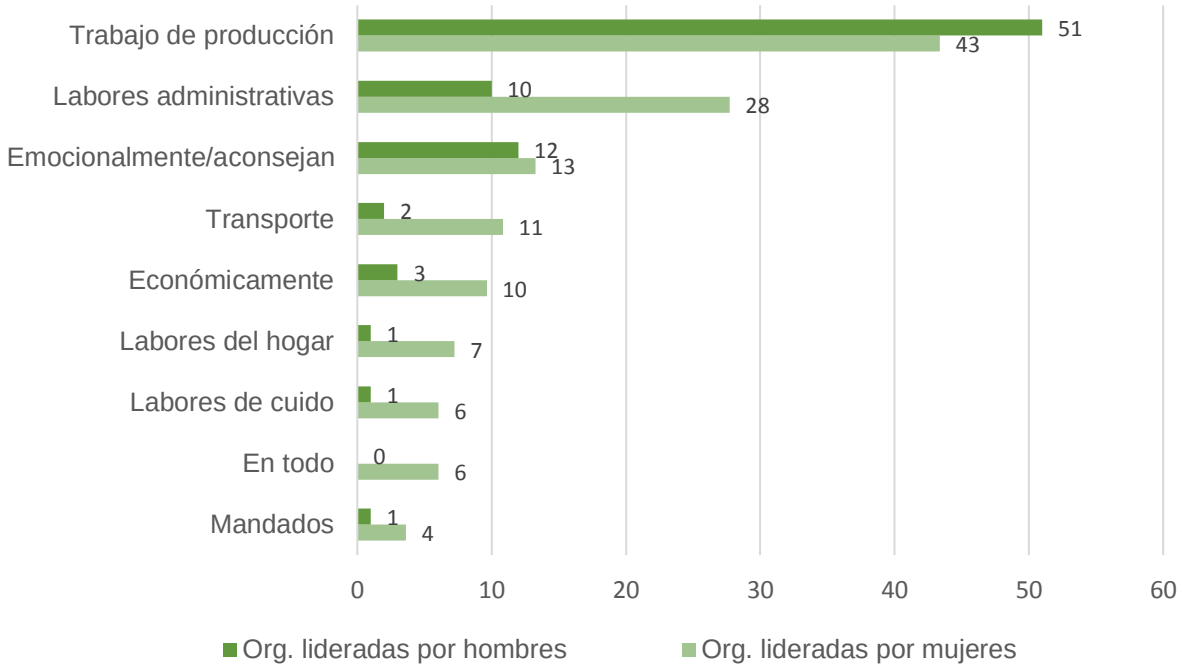
Gráfico 43. ¿Quiénes? (pareja, hijos, otros familiares) (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

Respecto al tipo de apoyos que reciben de su familia en el negocio, el más importante en las organizaciones de las mujeres es el trabajo en labores de producción, un 43% de los entrevistadas así lo considera y en segundo lugar están las labores administrativas (28%). También les apoyan en labores de transporte, emocionalmente, en labores del hogar y en labores de cuido de personas, en todo lo que se requiera y haciendo los mandados. El detalle se puede consultar en el gráfico 43.

En las organizaciones de los hombres el principal apoyo se brinda en el área de producción (51%), seguido por el apoyo emocional (12%).

Respecto al apoyo que brindan en el negocio los esposos o parejas en las organizaciones de las mujeres; un 92% de las parejas dan apoyo principalmente en labores relacionadas con el negocio (principalmente en labores de producción), aunque un 25% de las parejas de las entrevistadas brindan otro tipo de apoyo como lo es con labores de cuido, labores en las tareas del hogar y apoyo emocional.

Gráfico 44. ¿En qué apoya su familia en el negocio? (RM), organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.22 Actividades de cuido de personas sin remuneración

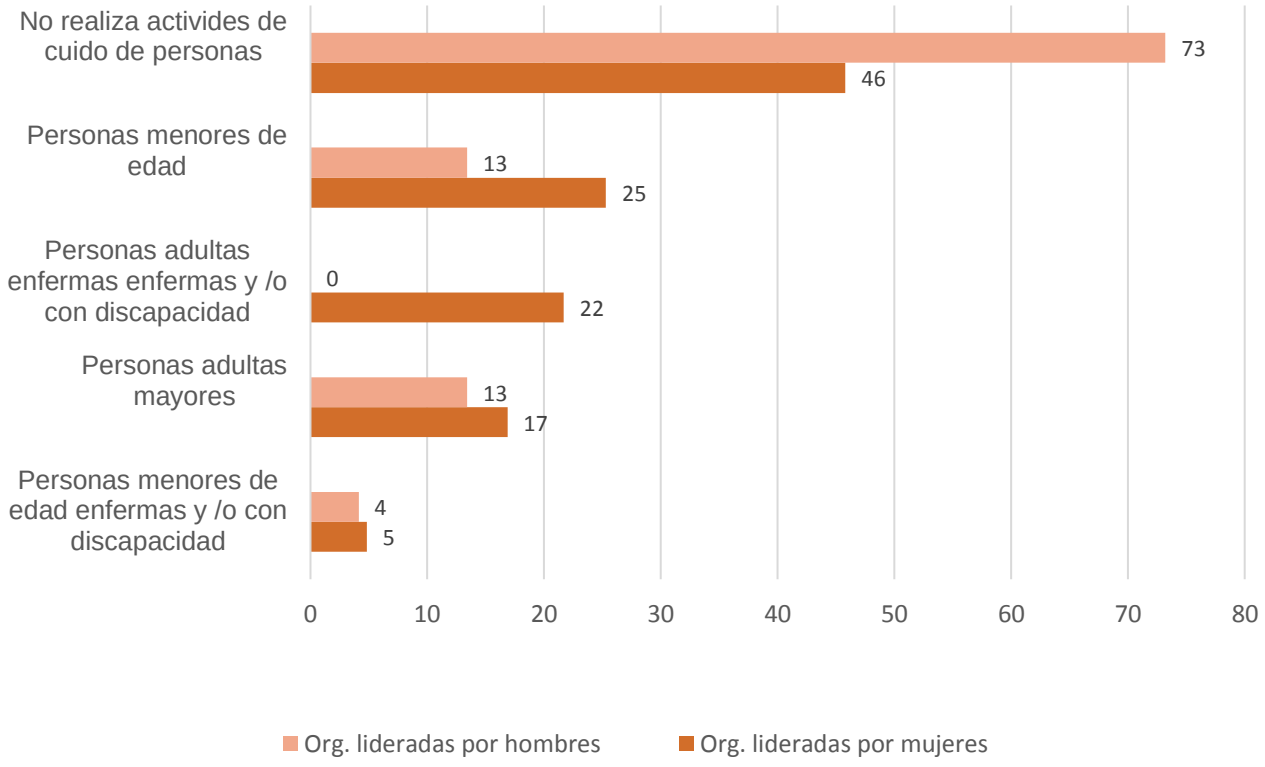
Un 46% de las mujeres entrevistadas en las empresas lideradas por mujeres no realiza actividades de cuido de personas sin remuneración, un 25% cuida personas menores de edad un 22% tiene a cargo personas mayores adultas mayores, personas con discapacidad y personas adultas mayores enfermas y un 5% cuida personas menores de edad enfermas y con discapacidad.

Las personas entrevistadas en las organizaciones de los hombres tienen menores responsabilidades del cuido de personas, ya que un 73% dijo no tener a cargo actividades de cuido de personas, si dijeron tener a cargo el cuido de personas menores de edad (13%) y personas adultas mayores (13%).

Existen diferencias significativas entre las organizaciones lideradas por hombres y por mujeres respecto al cuido de personas sin remuneración, en las organizaciones de mujeres se realizan más labores de cuido que en las organizaciones de los hombres.

Se realizaron una serie de pruebas de correlación, para ver si la variable de labores de cuido está relacionada con otras variables del cuestionario y no se encontraron relaciones significativas.

Gráfico 45. ¿Usted realiza actividades de cuido de personas? (sin remuneración), RM , organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



2.23 ¿Quién es considerado el o la jefe del hogar?

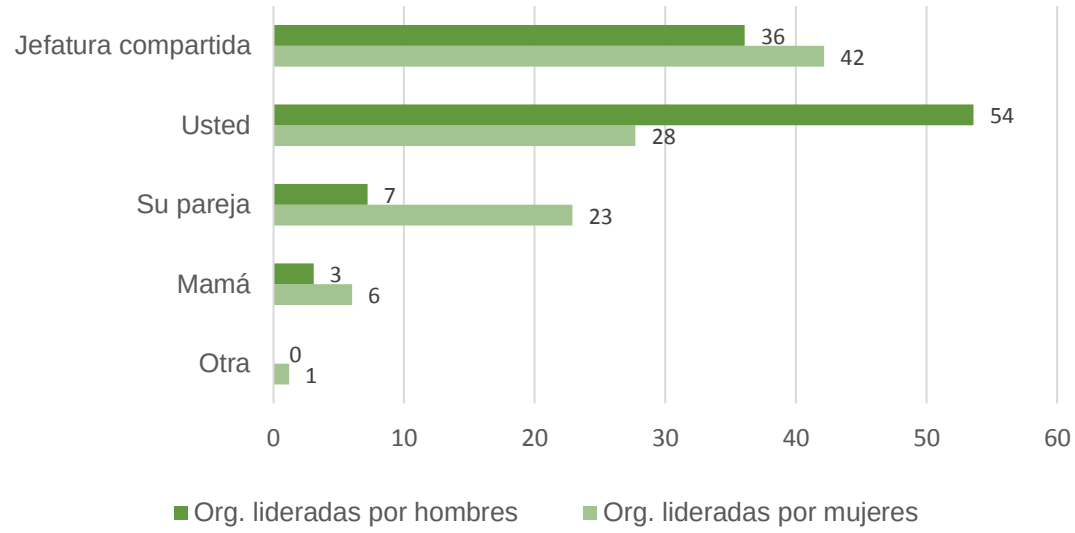
Otra variable para analizar en las organizaciones lideradas por las mujeres y las que están a cargo de los hombres es saber en ambas a quién se considera el o la jefe del hogar.

En el caso de las organizaciones de mujeres un 42% de las entrevistadas indicaron que la jefatura es compartida, mientras un 28% dijeron ser ellas las jefas de hogar, en un 23% de los casos indicaron que es la pareja y en un 6% que es la madre de la

entrevistada la que se considera la jefa del hogar. Se presentó un caso en que la jefatura era compartida entre la persona entrevistada y sus padres.

En el caso de las organizaciones de los hombres, las personas entrevistadas indicaron que en el 54% de los casos el jefe del hogar eran ellos, y en un 36% comparten la jefatura, un 7% mencionó que el jefe es su pareja, mientras un 3% dijo que su madre era la persona considerada como jefe del hogar.

Gráfico 46. ¿Podría decirnos quién en el hogar es considerado/a como persona jefa de hogar?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes

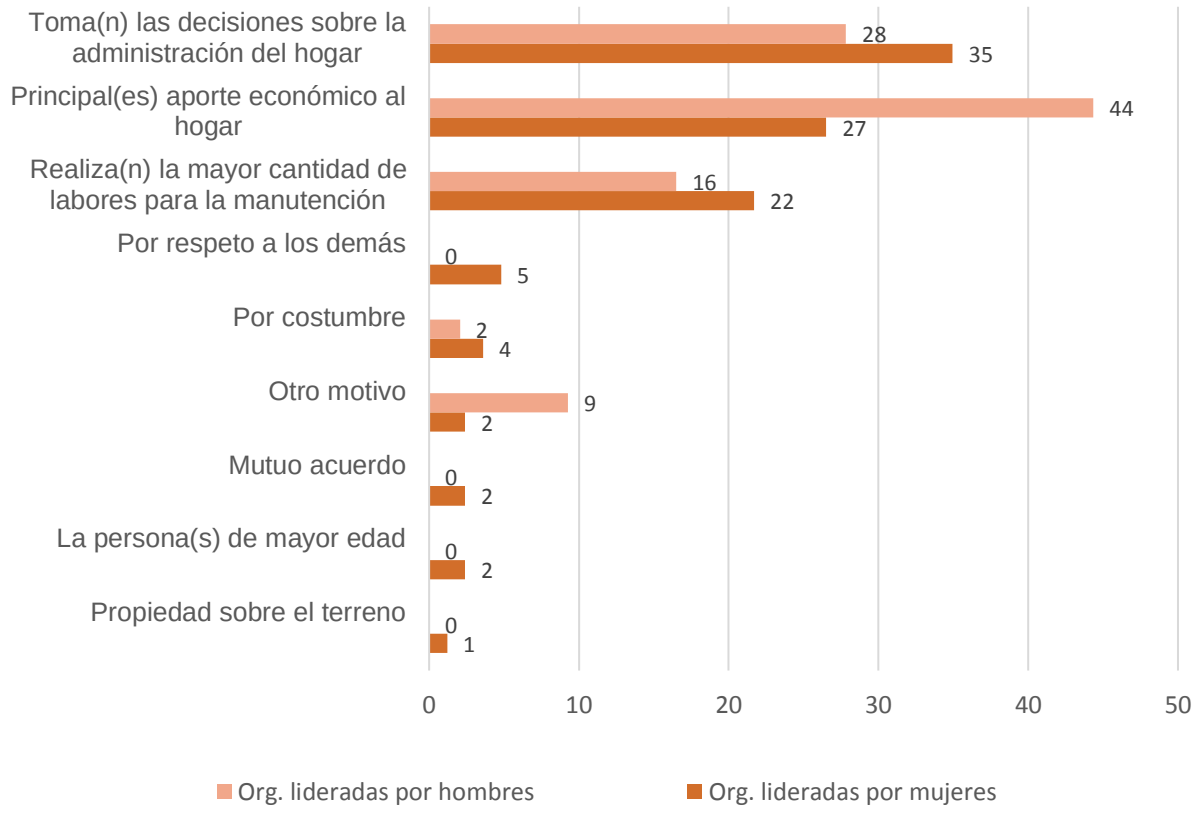


Al indagar sobre los motivos por los cuales se identifica a una o a varias personas como jefe del hogar, las entrevistadas de las organizaciones de las mujeres identifican principalmente porque son las personas que toman las decisiones sobre la administración del hogar, un 35% así lo menciono, en segundo lugar se considera a la persona que realiza el mayor aporte económico al hogar (27%), un 22% considera a que la persona jefe del hogar es aquella que realiza la mayor cantidad de labores relacionadas a la manutención. Otras razones mencionadas, es el respeto, la costumbre, el mutuo acuerdo, por ser la persona de mayor edad o por ser la propietaria del terreno. El detalle de esta información se puede consultar en el gráfico 46.

En las organizaciones de los hombres, las personas entrevistadas consideran en un 44% de los casos que la persona jefa de hogar es quien realiza mayor aporte económico en el hogar, en segundo lugar se menciona en un 28% a quien toma las decisiones de

administración del hogar, en un 22% de los casos se considera a la persona que realiza mayor cantidad de labores relacionadas con la manutención, un 2% mencionó la costumbre. También señalaron otros motivos como el mutuo acuerdo, por ser hombre, por vivir solo o simplemente no saben el porqué.

Gráfico 47. ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cual esa es la persona(as) identificada(s) como jefatura de hogar?, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



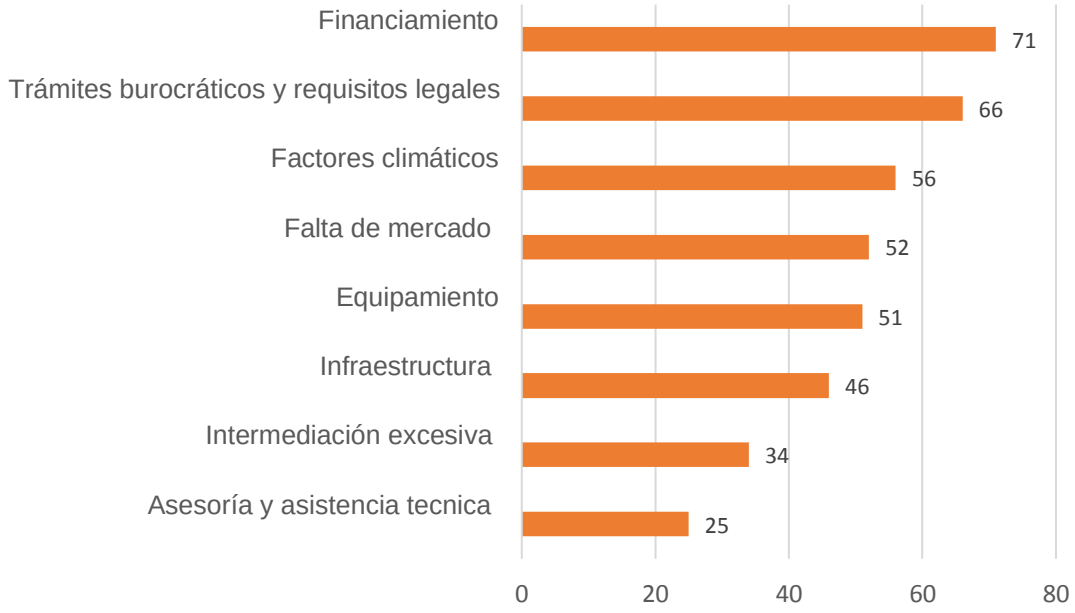
2.24. Principales obstáculos que se presentan para el desarrollo del negocio en las organizaciones

Con respecto a los obstáculos que se presentan en la realización de su negocio, un 33% de las mujeres menciona las dificultades económicas, en segundo lugar mencionaron la escasa demanda de sus productos (13%), a un 11% les falta tierra, a un 11% le falta tiempo para dedicarse al negocio ya que dedica tiempo a varias actividades personales,

a un 10% le falta de espacio e infraestructura, un 6% ha tenido problemas con las plagas, otros obstáculos mencionados fueron la falta de conocimiento y capacitación, la falta de transporte, cuido de personas, las condiciones climáticas, por la falta de agua o de riego, mala distribución del tiempo, los familiares, falta de insumos para producir, limitaciones físicas y un 5% dijo no tener ningún obstáculo. Un 11% mencionó otra serie de obstáculos como la burocracia del gobierno, los problemas entre compañeras, los intermediarios, les faltan vehículos, les faltan permisos, la localización del negocio, los animales se comen los cultivos, mala organización, les falta personal y los problemas de salud.

Gráfico 48. ¿Qué obstáculos se presentan en la realización de su negocio?, RM (Organizaciones lideradas por mujeres), organizaciones de agricultura y agroindustria, Costa Rica, 2019, porcentajes

Gráfico 49. ¿Qué obstáculos se presentan en la realización de su negocio?, RM (Organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



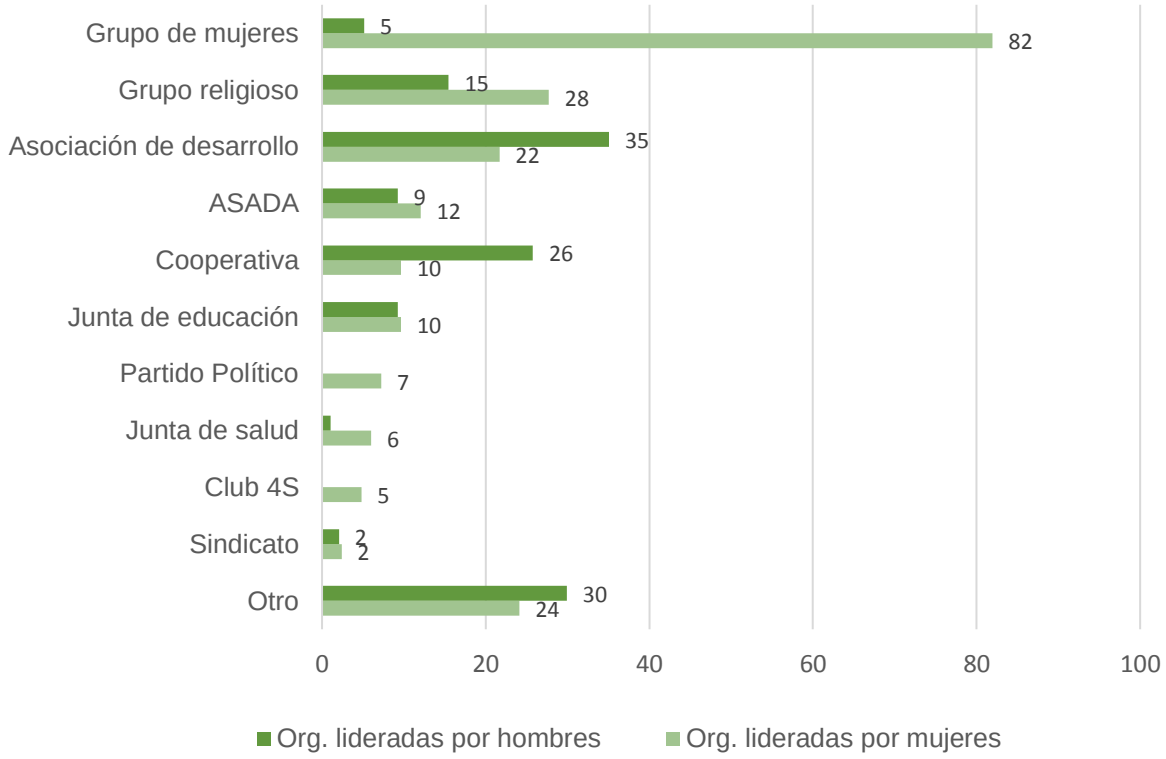
En cuanto a los obstáculos que tienen las mujeres para llevar a cabo sus emprendimientos, podríamos resaltar los que se relacionan con los recursos económicos necesarios para llevar cabo el emprendimiento, en segundo lugar se mencionan aspectos relacionados con la distribución del tiempo (labores de cuido, organización del tiempo, tiempo dedicado a actividades personales) que se resumen en la falta de tiempo para dedicarse a la actividad productiva, y en tercer lugar señalan la falta de tierra, espacio e infraestructura como tercer obstáculo en importancia para que las mujeres que desarrollan actividades agrícolas y de agroindustria en nuestro país.

2.25 Pertenencia a organizaciones

En cuanto a las agrupaciones a las que pertenecen las mujeres de estas organizaciones, según ellas indican, un 82% pertenecen a la organización de Grupo de Mujeres, un 28% de las mujeres pertenecen a algún grupo religioso, un 22% de las mujeres pertenecen a la Asociación de desarrollo, también forman parte en menor porcentaje de otro tipo de grupos como las ASADAS, cooperativas juntas de educativas, partidos políticos juntas de salud, Club 4s, sindicatos.

Los entrevistados en las organizaciones de los hombres pertenecen principalmente a Asociaciones de desarrollo (35%), cooperativas (26%), grupos religiosos (15%) y juntas de educación (9%). También se mencionan los sindicatos y las Juntas de Salud. Las personas entrevistadas mencionaron una serie de organizaciones en las que forman parte y que se detallan a continuación: asociación de producto, Aprocast, Asocatu, Asociación Cafetalera Brisas de San Cristóbal Norte, asociación Cafetaleros del Carmen, asociación cementerio el Carmen de la Legua de Aserrí, asociación de agricultores, asociación de autismo Paraíso, asociación de cacao y chocolate Costa Rica, asociación de pescadores, Asociación de Productores de Guayaba, Cámara de Ganaderos, Cámara de Industria y Comercio de Limón, Cámara Nacional de Aguacate, Comisión Nacional, Pita, Centro Agrícola Matina, comisión comunal, comité territorial, concejo de distrito, corredor biológico Monte del Aguacate, grupo agrícola, grupo de pensionados, lideresa comunal y Movimiento de Agricultura Orgánica Pacífico Central.

Gráfico 50. ¿Pertenece usted a alguna organización? RM, organizaciones de agricultura y agroindustria (organizaciones lideradas por mujeres y organizaciones lideradas por hombres), Costa Rica, 2019, porcentajes



Si comparamos la preferencia por grupos de asociación de organizaciones de hombres y de organizaciones de mujeres podemos concluir:

1. Las mujeres buscan organizarse en grupos de mujeres en un porcentaje muy alto (82%) esto habla de que las mujeres podrían estarse organizando también pensando en que entre ellas mismas es posible lograr el apoyo para la realización de otras tareas como el cuido y las labores del hogar, o que mediante esas organizaciones puedan tener un impacto en la protección de sus intereses. Los hombres solo indican estar organizados en grupos de mujeres en un 5%.

2. Un porcentaje importante de mujeres (28%) indica que pertenecen a grupos religiosos mientras que solo un 15% de hombres indica tener tal afiliación. Esto nos informa que las mujeres dedican esfuerzo, tiempo y les da confianza afiliarse en grupos religiosos y valdría la pena hacer un análisis comparado con las encuestas y estudios realizados sobre el uso del tiempo libre donde las mujeres han indicado que parte importante de su tiempo libre se utiliza para asuntos religiosos.

3. También es interesante ver que un 22% de mujeres frente a un 35% de organizaciones de hombres indica que están en asociaciones de desarrollo comunal que tienen un fin comunitario o social, de impacto en la comunidad.

4. Un 10% de las organizaciones de mujeres indica estar afiliada a cooperativas frente a un 9% de organizaciones de hombres. Más mujeres que hombres indican que escogen este tipo de organización que potencia el trabajo asociativo pero sin ánimo de lucro sino de dar posibilidades a sus afiliadas de realizar una actividad laboral a personas con poco capital.

Todos estos datos nos dan información de que las mujeres dedican parte de su tiempo a organizaciones y proyectos comunitarios y sociales. Eso hace que además de las responsabilidades relacionadas con la administración del hogar y del cuido de personas bajo dependencia, se dediquen a actividades y organizaciones de bien social y con ello limitan el tiempo que dedican al desarrollo de su emprendimiento y a generar mayores ganancias económicas.

3. Marco Normativo

En Costa Rica se han dado importantes avances y esfuerzos a favor de la igualdad de género. Sin embargo, aún se mantienen brechas importantes. Así por ejemplo, las mujeres tienen las tasas de participación en el mercado laboral más bajas, así como las tasas de desempleo, subempleo y trabajo informal más altas, y menores salarios promedio que los hombres, afectándo su autonomía económica, su desarrollo humano y el cumplimiento efectivo de sus derechos humanos. Con el fin de cerrar estas brechas, tanto a nivel nacional como internacional, se han venido formulando metas y estrategias (INAMU, Módulo de Capacitación del Sistema de Igualdad de Género. Programa de las Naciones Unidads *para* el Desarrollo, 2018).

De igual forma, se han generado una serie de instrumentos jurídicos, tanto a nivel nacional como internacional que conforman el marco normativo-político para formular políticas públicas que sustenten programas a partir de los cuales se dicten y orienten acciones dirigidas a prevenir y atender situaciones de desigualdad e inequidad entre hombres y mujeres.

Dentro de los instrumentos jurídicos internacionales, en 1984 se promulga la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia las Mujeres (CEDAW), la cual ha sido ratificada por Costa Rica. En el artículo 11 de la CEDAW se establece la obligación de los estados partes de adoptar las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la esfera del empleo a fin de asegurar a la mujer, en condiciones de igualdad con los hombres, los mismos derechos.

El Estado costarricense se ha preocupado por promover la autonomía económica de las mujeres, el tutelaje y la promoción de los derechos laborales de las trabajadoras asalariadas del sector empresarial, así como la capacitación y formación en carreras no tradicionales. Se ha dado un fortalecimiento de Modelos de Intermediación Laboral con Igualdad de Género, para facilitar la empleabilidad de las mujeres. En el 2013 se formuló el “Modelo integral de fortalecimiento al emprendedurismo y la empresariedad de las mujeres en Costa Rica como mecanismo de política pública”. Este modela ha sido aplicado a través del Proyecto EMPRENDE, el cual constituye una iniciativa del Estado de Costa Rica que promueve la independencia económica de las mujeres en áreas rural-urbanas marginales que se encuentran en situación de vulnerabilidad económica y que tienen potencial empresarial. Los recursos financieros para financiar este proyecto provienen de la Unión Europea y del Estado de Costa Rica por medio del INAMU, MEIC y el MAG, quienes firmaron un convenio de cooperación interinstitucional y mantienen una estrecha articulación y coordinación (VII Informe periódico de Costa Rica ante la CEDAW)

Por su parte, en el **artículo 13 de la CEDAW** se establece la obligación de los Estados Partes de adoptar todas las medias apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en otras esferas de la vida económica, a fin de asegurar, en condiciones de

igualdad entre hombres y mujeres, los mismos derechos, en particular el derecho a obtener préstamos bancarios, hipotecas y otras formas de crédito financiero. En el VII Informe periódico de Costa Rica ante la CEDAW se consideró importante el apoyo brindado a las mujeres por la banca nacional, que incluso cuenta con líneas crediticias específicas para ellas. Sin embargo, se indicó que aún existe una brecha de género en el acceso a créditos empresariales: por cada crédito obtenido por una mujer, se otorgan 2,15 créditos a hombres.

Otro artículo que debe mencionarse en este informe es el 14, referido a la mujer rural y el papel que desempeña en la supervivencia económica de su familia. En el último informe presentado por Costa Rica ante la CEDAW, se destacaron los siguientes avances:

- ✓ En el año 2010 se elaboró la Política de Estado para el Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural Costarricense, en cuya formulación participaron 250 representantes de organizaciones de mujeres y que tiene el enfoque de género como uno de sus ejes transversales. Producto de la misma se desarrolló el Plan Sectorial de Género y Juventud Rural Costarricense y el Plan Sectorial de Agricultura Familiar 2011-2014.
- ✓ Con el fin de fomentar la autonomía económica de las mujeres en las zonas rurales, se han tomado acciones normativas, como por ejemplo mediante el Decreto Legislativo N° 9036, que transforma el Instituto de Desarrollo Agrario en Instituto de Desarrollo Rural. En dicho decreto se incluyen dos artículos que buscan el fomento de condiciones favorables para el acceso de las mujeres rurales en lo que respecta a producción de alimentos, agroindustria para el consumo interno, exportación y abastecimiento de mercados locales; y la promoción del derecho a la propiedad por parte de las mujeres campesinas, así como el fomento de la asociatividad entre mujeres. Asimismo, se promueve el acceso a la tierra por parte de jóvenes, minorías étnicas y personas con discapacidad. De igual forma, se han tomado acciones de formación y acompañamiento técnico a mujeres rurales para el fomento de sus capacidades productivas y de desarrollo organizacional.
- ✓ Específicamente en el caso de la población de mujeres en condiciones de pobreza de las zonas rurales del país, se han dirigido recursos económicos para atender sus necesidades de manera prioritaria. Así, 181,823 mujeres en esta condición han sido beneficiadas con apoyo económico para su subsistencia, lo que representa el 30% de la población total atendida a nivel nacional; adicionalmente 2,420 jefas de hogar de asentamientos campesinos fueron beneficiadas con bienes y servicios institucionales, como por ejemplo títulos de propiedad de sus tierras, tierras en arrendamiento, capacitaciones, créditos productivos y módulos de seguridad alimentaria (dotación de recursos a través de fondos no reembolsables para la adquisición de insumos, infraestructura, herramientas, semillas, ganado, y especies menores entre otros, principalmente para actividades productivas de autoconsumo y venta de excedentes).
- ✓ El Estado ha implementado diversas acciones de promoción y protección de los derechos de mujeres en zonas rurales, haciendo énfasis en la capacitación al

personal de las oficinas regionales de las diversas instituciones en aspectos relacionados con derechos humanos de las mujeres.

- ✓ Con el fin de recopilar información estadística y cualitativa, se incluyó la perspectiva de género en el Censo Agropecuario de 2014, tanto en su formulación como en su ejecución y posterior análisis, definiéndose las variables relacionadas con la condición y la situación de las mujeres. Esto fue posible por la coordinación interinstitucional entre el INEC, diversas instituciones del Sector Agropecuario y el INAMU.
- ✓ Se desarrollaron proyectos y experiencias piloto no solo para conocer la situación de las mujeres rurales en el tema de empresariedad, sino también, para intervenir mediante el aporte de capital semilla, asesoría y capacitación. Una de estas experiencias es la realización de experiencia piloto denominada "¿Dónde están las mujeres productivas de Costa Rica?", la cual tuvo como objetivo la visibilización de las mujeres empresarias y sus acciones para establecer alianzas público-privadas para el apoyo. El pilotaje fue ejecutado con 40 organizaciones de mujeres y tuvo una duración de 18 meses.

En la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, que se llevó a cabo en septiembre del 2015, los Estados miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia y hacer frente al cambio climático.

La Agenda 2030 y los ODS ponen particular énfasis en promover la igualdad de género como fin y medio para lograr el desarrollo sostenible. Uno de los ODS se refiere específicamente a la igualdad de género; el objetivo 5 busca "lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas". Adicionalmente, se hizo un esfuerzo por incluir de forma transversal la igualdad de género en los otros ODS. De esta forma, el objetivo 8 persigue "promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las personas" y plantea como una de sus metas lo siguiente: "para 2030, lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor".

El propósito ha sido lograr la generación de mayor crecimiento económico, caracterizado por más y mejores empleos, la reducción de la pobreza, la disminución de la desigualdad social, así como por la capacidad de las mujeres para generar ingresos propios y controlar los activos y recursos.

En el Tercer Estado de los Derechos Humanos de las Mujeres en Costa Rica (2019) se destacan avances del Estado costarricense en aras de lograr el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres como mecanismo para erradicar las desigualdades y contribuir con el progreso de las mujeres en la sociedad. Así, por ejemplo, de destacan las siguientes:

- Como parte de las estrategias para el cumplimiento de la Agenda 2030, en 2016 Costa Rica lideró la Segunda Reunión del Panel de Alto Nivel para el empoderamiento económico de las mujeres, donde la prioridad fue abordar las brechas de género en la esfera económica y laboral.
- Un avance importante en términos de corresponsabilidad social de los cuidados, es la Ley de Aprobación del Convenio sobre Igualdad de oportunidades y trato entre trabajadores y trabajadoras: trabajadores con responsabilidades familiares (Convenio 156) (Ley N° 9608 del 5 de diciembre de 2018), a través del cual se busca promover la igualdad efectiva entre las personas trabajadoras a fin de evitar situaciones de discriminación en el empleo, y el conflicto entre sus responsabilidades familiares y profesionales.
- Destacan tres Decretos Ejecutivos de reciente aprobación: 1. El Decreto Ejecutivo *"Estímulo a la empresariedad para el fortalecimiento social y económico de las mujeres"* (Decreto Ejecutivo 40212 del 7 de marzo de 2017), el cual fue creado con el objetivo de *"articular los instrumentos técnicos, empresariales y financieros que las diferentes instituciones brindan a emprendimientos y empresas liderados por mujeres, con el fin de apoyarlos hacia su consolidación, incorporando el enfoque de género e inclusión social"* (art. 1). 2. El Decreto Ejecutivo Creación del Programa de Igualdad y Equidad de Género en el Empleo y Formación de la Norma Nacional Voluntaria (Decreto Ejecutivo 37905 MP-CM del 20 de octubre de 2016), que constituye el marco legal de la Norma de Igualdad de Género INTE G38:2015 Sistema de Gestión para la Igualdad de Género en el Ámbito Laboral (SGIG) la cual certifica a las instituciones, empresas y organizaciones que buscan mejorar las condiciones laborales de su personal mediante prácticas género sensibles, y que deseen aspirar al "Sello de Igualdad de Género". 3. El Decreto Ejecutivo Reglamento de condiciones para las salas de lactancia materna en los centros de trabajo (Decreto Ejecutivo 41080 MTSS-S del 4 de mayo de 2018).

  También se destacan importantes políticas de Estado en esta materia. Así, por ejemplo:

- Esta política planteó dos objetivos orientados a reducir las brechas económicas y laborales de las mujeres. El Objetivo I, relativo al cuido como corresponsabilidad social pretendió lograr una infraestructura social de cuido, que permitiera contar con más y mejores opciones públicas y privadas para el cuido infantil, y una distribución equitativa entre hombres y mujeres del trabajo de los cuidados. El Objetivo II sobre el trabajo remunerado de calidad y la generación de ingresos, procuro mejorar las condiciones para las mujeres mediante la generación de empleos de calidad, a través de iniciativas como el Programa Empléate y el Programa Mi Primer Empleo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) en alianza con organizaciones del sector público y empresa privada. Esta política se encuentra superada por la Política emitida en el 2018 que se detalla más abajo.

- Política Nacional de Fomento al Emprendimiento en Costa Rica (2014-2018). Esta política incorpora como uno de sus ejes transversales el apoyo a mujeres emprendedoras con la finalidad de …mejorar las condiciones para el desarrollo exitoso de emprendimientos liderados por mujeres, y la construcción de un

escenario favorable para garantizar el acceso a los recursos productivos y no productivos, disfrutar de un acceso real al crédito, en condiciones de igualdad, asesoramiento técnico y servicios de desarrollo para la comercialización y consecuentemente mejorar e incrementar los ingresos familiares. Todo esto contribuirá a la promoción de la autonomía económica de la mujer. (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2014, p. 21)

- Política de Estado para el Desarrollo Territorial Costarricense (2015-2030). Esta Política incorpora un capítulo especial para atender las necesidades de las mujeres rurales, y aspira entre sus resultados a que las mujeres y las personas jóvenes puedan ser incorporadas "…a los procesos de desarrollo territorial, regional y nacional, con acceso al uso y control de los recursos" (Instituto Nacional de Desarrollo Rural, 2016, p. 22).

- Política Nacional para la Igualdad entre mujeres y hombres en la formación, el empleo y el disfrute de los productos en la ciencia, la tecnología, las telecomunicaciones y la Innovación (2018-2027). Su objetivo es promover la igualdad en la participación de las mujeres respecto de los hombres, en la atracción, permanencia, formación, capacitación, empleo de calidad e investigación en los diferentes campos de la ciencia, la tecnología y la innovación, para facilitar el acceso y disfrute de los avances científicos y tecnológicos.

- Política Nacional para la Igualdad efectiva entre mujeres y hombre (PIEG 2018-2030).

  En relación con el cuido en el eje 1, objetivo 1, esta política plantea que se debe:

  Promover cambios culturales en la ciudadanía, favorables a la igualdad efectiva entre mujeres y hombres para la promoción, protección, respeto y garantía de sus derechos humanos, en las todas las regiones y zonas del país.

  Indica esta política que para este objetivo los resultados esperados que se relacionan con esta investigación son entre otros:

- Aumenta la población de todas las regiones, cubierta con acciones formativas públicas y privadas; formales y no formales, orientadas hacia el reconocimiento de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.
- Más instituciones públicas, municipalidades, empresas privadas y organizaciones sociales ponen en práctica iniciativas, acciones afirmativas u otras estrategias, orientadas hacia la eliminación de patrones socio culturales discriminatorios y violentos y la visibilidad de las discriminaciones múltiples, disipando estereotipos y actitudes sexistas.
- Aumentan las organizaciones sociales, asociativas y empresariales de mujeres como expresión activa de su trabajo colaborativo y sororario.

- Más alianzas público-públicas y público-privadas explícitas y legales, caracterizan una cultura de igualdad efectiva y de derechos humanos en la acción estatal para la ejecución de las políticas públicas de igualdad entre mujeres y hombres.

  También deben mencionarse con respecto a esta investigación los resultados esperados del eje 3 relacionado con Distribución de la Riqueza para el 2030 entre los cuales se establecen los siguientes:

- ✓ Más mujeres con empleos de calidad en todos los sectores, especialmente en los altamente dinámicos para la economía, con accesibilidad universal y, en los que se reducen brechas de género persistentes por: ingreso, salarios, aseguramiento, maternidad, lactancia, cuido y por acoso sexual y laboral.
- ✓ Más mujeres tienen acceso y control a la propiedad de la tierra y a la vivienda, así como su derecho humano al agua, en todas las regiones y zonas.
- ✓ Aumentan las mujeres que, en su diversidad de condiciones, disfrutan de servicios universales de protección social y aseguramiento directo.
- ✓ Más mujeres tienen acceso a recursos productivos, servicios financieros integrales, infraestructura, transporte y ordenamiento urbano, tecnología e innovación, que aumentan sus posibilidades de movilidad social y desarrollo empresarial, en todas las regiones y zonas.
- ✓ Más mujeres cuentan con acceso y habilidades para el uso de tecnologías de información y comunicaciones (TICs) y manejo de datos abiertos, para el desarrollo de sus actividades educativas, laborales, políticas y productivas, en todas las regiones y zonas.
- ✓ Más mujeres acceden a la educación técnica, tecnológica y científica, pública y privada y, a la investigación de punta para el desarrollo sostenible.
- ✓ Más mujeres fortalecen sus destrezas y habilidades para la mitigación y la adaptación ante casos de emergencia o en presencia de desastres derivados de fenómenos naturales y cambio climático.

Aunque como puede verse, se han realizado avances normativos y de política pública importantes, persisten desafíos para avanzar en materia de empoderamiento económico de las mujeres. De esta forma, ante la presentación del Sétimo informe periodio de Costa Rica, el Comité de la CEDAW emitió las siguientes recomendaciones:

- Velar por que las organizaciones de mujeres participen en la planificación y ejecución de las estrategias nacionales para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.
- Asignar recursos financieros adicionales destinados a aumentar el acceso a los microcréditos, préstamos y otras formas de crédito financiero para las mujeres, con el fin de promover el espíritu empresarial de la mujer y su autonomía económica, en particular para las mujeres indígenas, afrodescendientes, migrantes, refugiadas y con discapacidades, y proporcionar capacitación a las mujeres para mejorar sus habilidades gerenciales.

- Velar por la aplicación del principio de igualdad de retribución por trabajo de igual valor y reforzar las estrategias para prevenir la segregación profesional y reducir la brecha salarial entre los géneros.
- Establecer medidas encaminadas a aumentar el acceso de las mujeres al empleo formal, teniendo en cuenta las orientaciones contenidas en la Recomendación núm. 204 (2015) de la OIT sobre la transición de la economía informal a la formal y el objetivo 8, Sobre la promoción del empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres;
- Vigilar la composición de las juntas directivas en las asociaciones cooperativas y modificar la legislación para exigir la paridad de género en la composición de los órganos de decisión de dichas asociaciones.
- Adoptar una legislación que introduzca un derecho legal a la licencia de paternidad remunerada y promueva el reparto equitativo de las responsabilidades parentales entre mujeres y hombres.

Específicamente en cuanto a las **mujeres rurales**, el Comité señala que preocupan los obstáculos para el acceso de las mujeres rurales a los títulos y la propiedad de la tierra; la insuficiente participación de las mujeres rurales en los beneficios de los proyectos de desarrollo rural realizados a nivel territorial por los consejos de desarrollo rural; el impacto limitado de las medidas adoptadas para eliminar los estereotipos discriminatorios de género que subrayan excesivamente el papel de las mujeres rurales como amas de casa y cuidadoras; y las deficiencias en el acceso de las mujeres rurales a las tecnologías y los equipos agrícolas que ahorran mano de obra.

De esta forma, en cuanto a las mujeres rurales, el Comité recomienda lo siguiente:

- Elaborar una estrategia para garantizar el acceso a los títulos de propiedad de las tierras y la propiedad de las mujeres rurales y aumentar la seguridad de la tenencia de la tierra por parte de las mujeres rurales;
- Aumentar la participación efectiva de las mujeres rurales en los beneficios de los proyectos de desarrollo rural y seguir fortaleciendo su participación en los órganos decisorios que definen la gobernanza territorial.
- Fortalecer las medidas para eliminar los roles estereotipados de género y la desigualdad intrafamiliar que afecta a las mujeres rurales, y ampliar el Programa "Mujeres rurales, derechos y expresiones de la tierra", así como actividades de creación de capacidad de las mujeres rurales.
- Garantizar el acceso efectivo de las mujeres rurales a tecnologías agrícolas apropiadas, TIC y redes móviles.

4. Identificación de Brechas

A continuación, se señalan las brechas encontradas entre las organizaciones de los hombres y las de las mujeres y que pueden explicar algunas de ellas la diferencia entre el desempeño de ambas. Para la indicación de brechas se toma en cuenta también el marco normativo anteriormente señalado que es una guía sobre las obligaciones de Costa Rica en relación con el derecho al desarrollo económico de las mujeres, que en este caso lo relacionamos con el desarrollo económico de las mujeres que lideran organizaciones del sector del emprendedurismo en el agro.

1. En relación con el cuido y las labores domésticas. Cuando se analizan las ocupaciones de las mujeres entrevistadas, se establece que un porcentaje importante se dedica a labores domésticas, dirección de la asociación, labores como la agricultura y la elaboración de productos alimenticios. Así hay una diferencia de un 26% más de hombres que se dedican a las labores agrícolas y con ello fortalecen las labores de su emprendedurismo agrícola. En el caso de las mujeres, al tener ellas que dedicarse a labores del hogar, en un porcentaje similar al de la diferencia que presentan los hombres (22,9%), disminuye en un porcentaje importante los esfuerzos que pueden dedicar a su emprendedurismo agrícola.

2. En relación con el nivel educativo. Cuando analizamos el último año de educación aprobada, nos damos cuenta de que las personas en las organizaciones de los hombres tienen mayor grado de educación, especialmente educación superior, en formación técnica y los estudios superiores incompletos. Solamente un 4% de estas mujeres tienen estudios universitarios y que solo un 8% de ellas poseen secundaria completa o más. Esto sin duda es una barrera que encuentran las mujeres a la hora de desarrollar sus emprendimientos.

Cuando analizamos las organizaciones de los hombres se tiene una situación similar en cuanto a sus ocupaciones ya que están desarrollando sus negocios en el área de agricultura y agroindustria. Aquí pudimos encontrar mayor nivel de escolaridad ya que un 22% de hombres cuenta con estudios universitarios, así tenemos mayor cantidad de profesionales como ingenieros y administradores, lo que se podrá constatar cuando se analice el nivel de escolaridad de los entrevistados, en el cual el 36% de ellos posee secundaria completa o más, más del doble de lo que se encontró en los entrevistados de las organizaciones de mujeres. Esta información es importante porque nos indica que las mujeres que se dedican a estas actividades no cuentan con una educación formal robusta. Aun y cuando los porcentajes de educación escolar y colegial son similares para hombres que para mujeres, si vemos que en los niveles de educación secundaria si hay cambios importantes en las organizaciones dirigidas por hombres donde hay un porcentaje grande de hombres que si cuenta con estudios universitarios.

3. Sobre cantidad de personas bajo dependencia. Tanto hombres como mujeres señalaron tener personas bajo dependencia. El análisis interesante que podemos hacer es que las mujeres en más de un 22,9% según el cuadro 1.a. se dedica a actividades de ama de casa, así además de ser las encargadas del cuido de personas bajo dependencia también deben realizar en un porcentaje considerable las labores del hogar. En el caso de los hombres señalan un porcentaje importante que tienen personas bajo su cuido, pero sin embargo no deben destinar labores al cuido del hogar o de administración de la casa.

De tal forma, de la lectura sola de esta variable no podemos concluir que exista una brecha, ya que si bien es cierto las mujeres tienen mayor porcentaje de personas dependientes (1 a 2 personas), los hombres tienen mayor porcentaje en dependientes en (3 a 4 personas). Pero podemos hacer el análisis conjunto con la variable relacionada con otras labores que realizan las personas entrevistadas y ahí encontrar una brecha de análisis en donde no estamos tomando en cuenta que los hombres tendrán más personas bajo dependencia pero no se ocupan de las labores del hogar. En este caso dependencia no implica que tenga relación con labores de cuido de esas personas, se refiere a dependencia económica.

Estos resultados son una muestra del rol que ha sido asignado a los hombres en relación con ser los proveedores para la manutención de sus familias más no para su cuido y atención específica. Si bien es cierto que las mujeres no tienen más personas bajo dependencia en comparación con los hombres, la labor de está designada en mayor porcentaje a las mujeres, lo cual puede afectar en el desarrollo de su negocio, ya que tienen menos tiempo para dedicarse a esas labores de lo que disponen los hombres.

4. Sobre percepción de capacidades disminuidas.

Las personas entrevistadas que indicaron tener alguna capacidad disminuida son en mayor porcentaje de organizaciones de mujeres y 27 mujeres reportaron algún tipo de capacidad disminuida, mientras que solo 6 hombres dijeron tener una de ellas. Esta información es importante pues es un tema de salud que para ellas requiere ser informado y atendido. La mayoría señala que esta problemática tiene que ver con lo visual y con ello nos lleva a establecer alguna acción dirigida a esta situación reportada.

5. Sobre el tipo de negocio o servicio a que se refiere su actividad así como la zona geográfica.

Existe una diferencia entre el tipo de productos o servicios que ofrecen ambos tipos de organizaciones, los hombres están más dedicados al sector agropecuario y las mujeres al sector de la agroindustria.

También se presenta una diferencia con respecto al lugar en donde realizan su actividad comercial. En el caso de las organizaciones de mujeres los productos se comercializan principalemente en el barrio, cantón y distrito, mientras que esas mismas actividades las agrupaciones de los hombres las comercializan más a nivel país, cantón y regional, eso

aumenta su mercado y muy probablemente las ganancias de dichas organizaciones, les permite crecer y fortalecerse. Tienen con ello más posibilidad de abarcar un mercado más grande y fortalecer con ello su negocio y sus ingresos.

6. Sobre acceso al crédito de las organizaciones.

Una variable en la que si hay diferencias significativas entre las organizaciones lideradas por mujeres y las organizaciones lideradas por hombres es en el acceso al crédito, esta diferencia se presenta en las organizaciones con actividades de producción primaria, el 39% de las organizaciones de las mujeres con actividades primarias han tenido acceso al crédito, mientras en las organizaciones lideradas por hombres ese porcentaje es 61%.

El acceso al crédito tiene gran impacto en el desarrollo de las organizaciones ya que les permite adquirir bienes de producción, diversificar, invertir, contratar más personal, entre otras acciones que permiten a una organización crecer y fortalecerse. Si las organizaciones de mujeres no tienen acceso a crédito no podrán crecer, fortalecerse, expandirse e incluso formalizarse.

7. Sobre condición de formalidad de su negocio.

Las organizaciones de mujeres se encuentran en la condición informal en un 82% de los casos, en las organizaciones de los hombres encontramos la situación contraria, un 65% cuentan con una organización de estructura formal.

Existe una relación significativa entre el tipo de estructura de las organizaciones lideradas por las mujeres respecto a si “ha recibido créditos que no sean de fondos no reembolsables estatales”. Las organizaciones informales tienen menos acceso a otro tipo de créditos como créditos bancarios o de organizaciones privadas ya que parte de los requisitos más elementales para este acceso es que el emprendedurismo se encuentre formalizado.

El hecho de que las organizaciones de las mujeres sean principalmente de tipo informal representa una desventaja ya que al no estar constituidas les impide acceder al crédito, recibir ayudas del Estado y entrar en alianza con otras organizaciones, para integrarse en cadenas productivas y comercializar sus productos o exportarlos. Eso hace que la afiliación se precaria y que muchas de estas organizaciones terminan disolviéndose. Al no poderse integrar en economías de escala les impide crecer como organización.

8. Sobre la forma de organización

Una diferencia importante entre las organizaciones lideradas por hombres y las lideradas por mujeres es que las organizaciones de hombres funcionan en mayor medida como cooperativas y sociedades anónimas que lo que lo hacen las organizaciones de mujeres. Las mujeres prefieren organizarse como asociaciones.

Esta información es muy importante porque nos muestra que desde su creación los emprendedurismos son viasualizados con un negocio (en el caso de los hombres en su mayoría) o como una actividad no lucrativa (en el caso de las mujeres). La fundar una sociedad anónima se está apostando a una organización que tiene como fin el lucro pero al decidir fundar una asociación los fines no son de lucro sino de interés social. Habría que estudiar que significa para las personas que contestaron que habían fundado una persona jurídica ya que tanto las asociaciones como las sociedades son personas jurídicas.

Las organizaciones de las mujeres son principalmente Asociaciones, estas por principio no capitalizan, no reparten dividendos, se dedican a una actividad social particular o una actividad común. Las organizaciones de los hombres se agrupan menos como asociaciones que las organizaciones de las mujeres, y se organizan más como cooperativas o sociedades anónimas que si permiten capitalizar y repartir dividendos entre sus integrantes. Esta diferencia hace que muy probablemente los hombres tengan organizaciones de más tamaño con un vínculo más fuerte de filiación y más rentables para sus integrantes.

Al respecto la Ley 218 en el artículo 1 dice "En el artículo 1 de la Ley de Asociaciones se hace mención a lo siguiente "*En consecuencia, quedan sometidos al presente texto las asociaciones para fines científicos, artísticos, deportivos, benéficos, de recreo y cualesquiera otros lícitos que no tengan por único y exclusivo objeto el lucro o la ganancia*."

9. Sobre composición de las organizaciones. Las organizaciones de las mujeres en promedio están compuestas por 19 personasy las de los hombres por 43 personas, esto nos indica que al contar con más personas son organizaciones de mayor tamaño y como dijimos tienen una estructura más formal, lo que les hace tener ventaja sobre las organizaciones de las mujeres. El tamaño se ve como una consecuencia del tipo de organización que han constituido los hombres y es muy probable que estén más institucionalizadas.

10. Sobre Antigüedad de las organizaciones

Los datos muestran que las organizaciones de los hombres tienen mayor tiempo de estar constituidas que las de las mujeres, un 76% de las organizaciones de los hombres tienen más de cinco años de estar constituidas mientras que el las organizaciones lideradas por mujeres ese porcentaje es 51%.

No hay evidencia estadística que el tiempo de existencia de las organizaciones lideradas por las mujeres tengan una relación con la condición informalidad. Tampoco se encontró evidencia de una relación entre realizar labores de cuido con la condición de informalidad

de las organizaciones. Sin embargo, es interesante mencionar datos anteriormente indicados como las labores de cuido que deben realizar las mujeres; la baja escolaridad de las mujeres así como las personas bajo dependencia que tienen las mujeres entrevistadas. Si podríamos agregar que habría que analizar si la participación de las mujeres en este tipo de organizaciones se ha dado más en los últimos 5 años con los avances que se han dado de políticas públicas y de pogramas institucionales que han promovido la igualdad de las mujeres en diversos campos de producción.

Al tener las organizaciones de los hombres mayor tiempo de estar constituidas, esto hace que se encuentren en un nivel más alto de consolidació que las organizaciones de las mujeres. Se esperaría que en unos tres años las organizaciones de las mujeres que tienen entre 3 y 5 años de constituidas se consoliden y algunas emigren a otro tipo de organización como cooperativas y sociedades anónimas.

11. Sobre lugar de comercialización y desarrollo del negocio

Las organizaciones de las mujeres concentran la venta y distribución de sus productos a nivel local, sus productos se venden principalmente en su barrio, cantón y distrito. Mientras las organizaciones de los hombres están enfocadas principalmente en la provincia, la región, el país e incluso incursionan en el mercado internacional. El factor común de estas organizaciones está relacionado con el grado de consolidación del negocio, ya que la mayoría que tiene amplia distribución corresponde a agrupaciones que tienen más de 5 años de existencia. Esto afecta a las organizaciones de las mujeres ya que tienen acceso a un mercado más reducido que las organizaciones de los hombres y en consecuencia sus ventas y desarrollo de negocio se van a ver afectados. También afecta mucho más a las organizaciones de mujeres de más reciente creación lo cual no se da igual en el caso de los hombres. Las organizaciones de estos últimos tienen cobertura geográfica más amplia que su barrio o cantón a pesar de ser organizaciones de 3 años o menos de creación.

12. Sobre nivel de ventas de las organizaciones

La mayoría de las organizaciones de los hombres que reportan ventas mensuales superiores a 1 millón de colones son organizaciones consolidadas y que tienen más de 5 años de haberse constituido, esta característica la comparten con las organizaciones de mujeres, ya que las que reportan mayores ventas también son las que tienen más tiempo de estar constituidas pero este es un porcentaje pequeño de estas organización. Sinembargo, las organizaciones de los hombres son más rentables que las de las mujeres.

13. Sobre la generación de recursos. Existe una diferencia importante entre las organizaciones de las mujeres y las de los hombres en la generación de los recursos, aunque esta es una pregunta que depende de la valoración personal que haga el entrevistado, se puede ver que las organizaciones de los hombres son más lucrativas.

Sin embargo si tenemos datos precisos de que las organizaciones de hombres invierten y tienen gastos en su emprendedurimo mucho más sustanciosos que las organizaciones de mujeres.

14. Sobre la capacitación recibida. En cuanto a la capacitación recibida, no se puede señalar una brecha ya que ambos tipos de organizaciones han recibido capacitación en diversas áreas, se podría enfatizar en el área de Comercialización y ventas y Estrategia empresarial en las organizaciones de las mujeres para ayudarles a mejorar la venta de sus productos.

Pese a que se señaló que la capacitación recibida por las organizaciones de hombres y las de las mujeres han recibido cantidad similar de capacitaciones, las organizaciones de las mujeres consideran que aún necesitan bastante capacitación, mientras que las de los hombres necesitarían menos.

15. Sobre acceso al crédito. Las organizaciones de las mujeres han tenido menos acceso al crédito que las organizaciones de los hombres, esto ha podido perjudicarles ya que los hombres tienen mayores posibilidades de desarrollar sus negocios y hacerlos crecer. El hecho de que las organizaciones de los hombres estén constituidas más formalmente y más consolidadas, les beneficia a la hora de tramitar créditos.

El tipo de crédito otorgado a las organizaciones de los hombres ha sido de tipo empresarial principalmente, mientras que las mujeres han tramitado créditos empresariales en menor medida y más que todo reciben créditos de instituciones. Esta situación da mayor ventaja a las organizaciones de los hombres ya que tienen acceso a mayor cantidad de fondos que las organizaciones de las mujeres.

16. Sobre el acompañamiento técnico recibido. En cuanto al acompañamiento recibido de parte de las instituciones que les han otorgado el crédito no se nota una gran diferencia entre el que han recibido las organizaciones de las mujeres y el que han dado a las organizaciones de los hombres. Tal vez la diferencia se muestra en que las organizaciones de mujeres requieren mayor acompañamiento para lograr su formalización e impacto a más grande escala y geografía.

El miedo a endeudarse, no poder hacer frente a las cuotas, altos intereses, no cumplir con los requisitos que se solicitan para que se les otorgue un crédito; son barreras que se presentan con mayor fuerza en las organizaciones de las mujeres. Estas razones las han frenado a la hora de acceder a los créditos que les permitirían mejorar su organización.

17. Sobre acceso a la tierra. Las organizaciones de las mujeres tienen menor acceso a la tierra que las organizaciones de los hombres, siendo que desarrollan actividades agrícolas y agroindustriales. Menos de la mitad de las organizaciones de las mujeres dijeron tener tierra a nombre de ésta, la mayoría de la tierra que tienen para producir está

a nombre de terceros y dependen de éstos para continuar produciendo y hacer crecer sus organizaciones.

Las organizaciones de las mujeres utilizan principalmente tierras que les han donado o las han adquirido a través de una herencia, pocas han tenido la capacidad de realizar compras de terreno para desarrollar sus actividades.

18. Sobre el tiempo que dedican a las labores del negocio. Las horas dedicadas por las personas que pertenecen a las organizaciones de las mujeres son la mitad de las horas de las que dedican las personas de las organizaciones de los hombres, eso les genera desventaja ya que, al invertir menos tiempo en la actividad económica, va a tener una repercusión en los resultados obtenidos y por ende en las ganancias que tengan en la actividad que están desarrollando. Esto se puede relacionar con el tiempo que si invierten en el cuido de las personas bajo dependencia y en las labores del hogar.

19. Sobre responsabilidades del cuido y las labores domésticas. Las mujeres que tienen emprendimientos tienen mayores responsabilidades de cuido de personas sin percibir una remuneración, esto les dificulta dedicar mayor tiempo a su actividad productiva ya que deben encargarse de sus hijos, personas mayores o personas que tienen una discapacidad. Esto también en ocurre en relación con las labores de administración del hogar o tareas domésticas que solamente las organizaciones de mujeres indicaron realizar.

ANEXO 1: Cuestionario – Organizaciones lideradas por mujeres

ESTADO DE LAS ORGANIZACIONES MIPYME LIDERADAS POR MUJERES, DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES
2018CD-000041-0015800001

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO DE LAS INICIATIVAS ECONÓMICAS
Estimada(o) participante: Mediante el presente cuestionario se pretende que la información recopilada pueda ser utilizada y contribuya para: 1. Tener información general de su persona y de su negocio. 2. Identificar algunos aspectos, según los cuales ser mujer ha influido en su desarrollo y como empresaria(o). 3. Identificar y obtener información de la situación actual de su negocio. 4. Medir el nivel de madurez y desarrollo de las principales competencias y habilidades empresariales y de su negocio. 5. Con base en los resultados del cuestionario, elaborar un plan de seguimiento individual. Las categorías de información contempladas en el instrumento son: 1. Datos generales de la persona emprendedora o empresaria(o), dueña(o) de su idea de negocio o empresa ya en marcha. 2. Caracterización del negocio. 3. Niveles de evolución empresarial, según áreas críticas (dimensiones). La información obtenida será utilizada de manera totalmente confidencial y bajo ninguna razón se generará un reporte individual de una persona o negocio en particular.

Instrumento para la Categorización de Emprendimientos y Empresas lideradas por Mujeres/Hombres

Información General

IDENTIFICACIÓN E INFORMACIÓN PERSONAL

Número de registro (cuestionario):							
Región:	Central ( )	Chorotega ( )	Pacífico Central ( )	Brunca ( )	Huetar Caribe ( )	Huetar Norte ( )	
Cantón:				**Distrito:**			
Dirección exacta (domicilio):							

Contacto:							
Celular:		Teléfono fijo:		Correo-e:		Facebook:	
Nombre de la emprendedora: o grupo de emprendimiento:						**Cédula de identidad o**	
Edad (años):	menor de 19 ( )	20 a 29 años ( )	30 a 39 años ( )	40 a 49 años ( )	50 a 59 años ( )	60 a 69 años ( )	Más de 70 años ( )
Profesión u oficio:							
Estado civil actual:	Soltera(o) ( )	Casada(o) ( )	Separada(o) ( )	Unión Libre ( )	Viuda(o) ( )	Divorciada(o) ( )	
Nacionalidad:	Costarricense ( )	Nicaragüense ( )	Panameña(o) ( )	Salvadoreña(o) ( )	Hondureña(o) ( )	Guatemalteca(o) ( )	
	Colombiana(o) ( )	Venezonala(o) ( )	Cubana(o) ( )	Jamaicana(o) ( )	Otra ( ) Indicar:		

Nacionalidad:	Costarricense ( )	Nicaragüense ( )	Panameña(o) ( )	Salvadoreña(o) ( )	Hondureña(o) ( )	Guatemalteca(o) ( )
	Colombiana(o) ( )	Venezonala(o) ( )	Cubana(o) ( )	Jamaicana(o) ( )	Otra ( ) Indicar:	

Etnia:	Indígena ( )	Afrodescendiente ( )	Asiática(o) ( )	Blanca ( )	Mestiza(o) ( )	Otra ( )

20. Grado de educación que posee:	( ) Ningún grado	( ) Primaria incompleta	( ) Primaria completa	( ) Secundaria incompleta	( ) Secundaria completa	( ) Estudios superiores Incompletos
	( ) Estudios superiores completos	( ) Formación técnica	Otros estudios u conocimiento no formal, Especifique:_____			

Número de personas dependientes economicamente:	Ninguna ( )	1 a 2 personas ( )	3 a 4 personas ( )	5 o más ( )

Jefa(e) de hogar:	Sí ( )	No ( )	**La empresaria(o) presenta alguna discapacidad y/o**	Sí ( )	Cuál: _____	No ( )

Personas a cargo:	Sí ( )	**Favor marcar quiénes (marcar una o más opciones):**	Menor(es) de edad ( )	Mayor(es) de edad ( )	Persona(s) con discapacidad ( )
	No ( )				

IDENTIFICACIÓN E INFORMACIÓN IDEA DE NEGOCIO (AÚN NO TIENE NEGOCIO EN MARCHA - ETAPA GESTACIÓN)

Detalle de la Idea de Negocio:	

Sector Empresarial en donde se ubica la Idea de Negocio:	Agroindustria ( )	Artesanía ( )	Turismo Rural ( )	Servicio ( )	Otro ( ) Indicar:
	Agropecuario ( )				

IDENTIFICACIÓN E INFORMACIÓN EMPRESARIAL (TIENE NEGOCIO EN MARCHA)

Detallde del Negocio en Marcha:	

Sector Empresarial en donde se ubica la Idea de Negocio:	Agroindustria ( )	Artesanía ( )	Turismo Rural ( )	Agropecuario ( )	Servicio ( )	Otro ( ) Indicar: _____

Detalle el tipo de Producto o Servicio:	
Nombre de la Empresa:	
Dirección exacta (negocio):	

Tipo de Estructura y Figura Legal:	Informal ( )	Formal ( )	NA ( )				
	Persona Física ( )	Sociedad Anónima ( )	Sociedad Limitada ( )	Cooperativa ( )	Asociación ( )	Fundación ( )	Otro ( ) Indicar: _____

Número de Mujeres en la Unidad Prodcutiva:		**Número de hombres en la Unidad Prodcutiva:**				

Tiempo de operación:	Menos de 1 año ( )	De 1 a menos de 3 años	De 3 a menos de 5 años	Más de 5 años ( )	NA ( )	

Lugar donde vende:	Barrio ( )	Distrito ( )	Cantón ( )	Provincia ( )	Toda la Región ( )	Todo el País ( )	Fuera del País ( )

Nivel de ventas mensuales:	Ningún ingreso ( )	0 a 100 mil ( )	101 mil a 200 mil ( )	201 mil a 300 mil ( )	301 mil a 400 mil ( )	401 mil a 500 mil ( )	501 mil a 750 mil ( )
	751 mil a 1 millón ( )	Más de 1 millón ( )	NA ( )				

Nivel de gastos mensuales:	Ningún ingreso ( )	0 a 100 mil ( )	101 mil a 200 mil ( )	201 mil a 300 mil ( )	301 mil a 400 mil ( )	401 mil a 500 mil ( )	501 mil a 750 mil ( )
	751 mil a 1 millón ( )	Más de 1 millón ( )	NA ( )				

El negocio genera ganancias (ahorros	No genera ( )	Genera para subsistir, para vivir (x)	Genera para ahorrar y crecer ( )	Genera para reinvertir y diversificar, comprar más materia prima y	NA ( )

FORMACIÓN

Ha recibido capacitación o asesoría?	No ( )	Sí ( )

Institución 1 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios (x)	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas ( )	TIC ( )	Ingles ( )

Institución 2 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas (x)	TIC ( )	Ingles ( )

Institución 3 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas ( )	TIC ( )	Ingles ( )

Institución 4 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas ( )	TIC ( )	Ingles ( )

¿Considera que requiere capacitación para desarrollar su negocio de una mejor manera?	No requiere capacitación	Requiere poca capacitación	Alguna capacitación	Bastante capacitación

Ha recibido financiamiento?	No ( )	Sí ( )					
Recursos no reembolsables estatales ( )	Recursos no reembolsables de Cooperación ( )	Crédito Privado Comercial ( ) ¿Quén se lo otorgó?_____	Crédito Banca Nacional ( )	Credito Banca Privada ( )	Microfinanzas ( )	Financiamiento de inversores privados ( )	Otro_____ ( )
Indicar: IMAS ( ) FOMUJERES ( ) MAG ( ) INDER ( ) Fideimas Otros:_____	Prestamistas ( )	Banca para el Desarrollo (Por medio de cuál banco?_____)	Cooperativas	Fideimas			

Ese crédito fue…	1 .Credito perosnal ( )	2. Crédito Empresarial ( )					
Si fue personal: ¿Otra persona pidió el crédito por usted ?	1. Si ( ) ¿Quién?_____	2. No ( )					
La entidad que le prestó, le ha dado acompañamiento en asistencia técnica o capacitación para el desarrollo de su negocio?	1. Si ( )	2. No ( )					
PARA LOS QUE NO HAN TENIDO ACCESO AL CREDITO: ¿Cuáles son las razones por las cuales no han accedido al crédito? ESPONTANEA	Excesiva tramitología	Cuotas mensuales elevadas	Solicitud de personas fiadoras	Requisitos de acceso relacionados con género	Por ser trabajadora independiente	Solicitud de permisos de constitución de la empresa	El tipo de proyecto no es financiable
	Estar en condición de pobreza extrema	Solicitud de garantías bancarias	Tasas elevadas de intereses _	Estar en la etapa de idea de negocio	Le da miedo endeudarse _	Otra_____ _____	
Utiliza tarjeta de crédito para el desarrollo de su negocio	1. Si ( )	2. No ( )					
Utiliza tarjeta de débito para el desarrollo de su negocio	1. Si ( )	2. No ( )					
Mencione tres aspectos positivos del proceso para acceder al crédito:	_____	_____	_____ __				
Mencione tres aspectos negativos del proceso para acceder al crédito:	_____	_____	_____ __				

INFORMACION ADICIONAL

1. Cuales factores le ha impedido a usted o a su organización tener acceso a la tierra para desarrollar su actividad productiva?	a. _____	b. _____

2. Cuenta usted o su organización con tierra para desarrollar su actividad productiva?	a. SI ( )	b. NO ( ) **Pase a P5**

3. Esa tierra está a nombre…	a. Suyo ( )	b. De la organización ( )	c. De otro_____

4. Forma de adquisición de la tierra?	a. Compra ( )	b. Herencia ( )	c. Por medio del Inder ( )	d. Donación ( )	e. Préstamo ( ) → ¿de quién?_____	f. Alquiler ( ) →¿de quién?_____

5. En el caso de que la tierra este a su nombre o de su organización cuenta con el título de propiedad?	a. Si ( )	b. No ( )	¿Por qué?: _____ _

6. La tierra que usted o su organización posee es suficiente para el desarrollo de su actividad productiva?	a. Si ( )	b. No ( )	¿Por qué?: _____ _

7. Usted o su organización requieren tierra para desarrollar su actividad productiva?	a. Si ( )	b. No ( )	¿Por qué?: _____ _

8. ¿Es usted la propietaria del negocio?	a. Si ( )	b. No ( )	c. Tiene un porcentaje ¿Cuánto?_____

9. Consulta a alguien (familia, pareja, amigos/as, otros) sobre las decisiones de su empresa?	a. Si ( ) ¿A quién?_____	b. No ( )

10. ¿Cuantas horas diarias dedica a las labores relacionadas con su negocio a nivel productivo?	_____Horas

11. Están las tareas domésticas distribuidas entre los diferentes integrantes de su núcleo familiar?	( ) Si →→ ¿Quiénes? (pareja, hijos, otros familiares)_____	( ) No

12. ¿Cuánto tiempo en promedio dedica por día a las tareas domésticas?	_____Horas

13. Cuenta con apoyo de su familia en el negocio?	a. Si ( ) ¿Quiénes? (pareja, hijos, otros familiares)_____	En qué apoyan:_____
	b. No ( )	

14. Usted realiza actividades de cuido de personas? Puede marcar varias opciones, indicando cantidad de personas.	( ) personas menores de edad	( ) personas menores de edad enfermedas y /o con discapacidad	( ) personas adultas enfermas enfermedas y /o con discapacidad	( ) personas adultas mayores	( ) No realiza actividades de cuido de personas

15. Si contestó afirmativamente en alguna de las aneriores: ¿Cuántas horas a la semana usted dedica cuido de personas?	_____Horas

16. ¿Podría decirnos quién en el hogar es considerado/a como persona jefa de hogar?	( ) Usted	( ) Su pareja	( ) Jefatura compartida (mi pareja y yo)	Otra, indique Cual : _____

17. ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cual esa es la persona(as) identificada(s) como jefatura de hogar?	( ) Principal aporte económico al hogar	( ) Realiza la mayor cantidad de labores para la manutención de los/as integrantes del hogar	( ) Toma las decisiones sobre la administración del hogar	( ) La persona de mayor edad	( ) Propiedad sobre el terreno
	( ) Por costumbre	( ) Tiempo de residir en hogar	Otro motivo, cual: _____		

18. Qué tipo de seguro social tiene usted?	( ) independiente	( ) familiar	( ) voluntario	( ) Asalariada	( )Pensionada
	( ) Por el Estado	( ) otro	( ) no tiene		

19. . Qué obstáculos se presentan en la realización de su negocio:	( ) familiares	( ) no invierto tiempo suficiente	( ) cuido	( ) dedico tiempo a varias actividades personales fuera	( ) tengo una limitación física
	( ) tengo una condición psicológica	( ) no sé como distribuir el tiempo			

20. Grado de educación que posee:	( ) Ningún grado	( ) Primaria incompleta	( ) Primaria completa	( ) Secundaria incompleta	( ) Secundaria completa
	( ) Estudios superiores Incompletos	( ) Estudios superiores completos	( ) Formación técnica	Otros estudios u conocimiento no formal, Especifique:_____	

21. Pertenece usted a alguna organización?	( ) Junta de salud	( ) Junta de educación	( ) Asociación de desarrollo	( ) ASADA	( ) Grupo de mujeres
	( ) Grupo religioso	( ) Sindicato	( ) Cooperativa	( ) Partido Político	( ) otro, cual?_____.

INFORMACIÓN FINAL

Nombre del Entrevistador(a):					**Lugar de visita:**	
Dependencia:	CONSULTOR/A ( )	INAMU ( )	MEIC ( )	MAG ( )	**Fecha de visita:**	

Instrumento de Medición del Nivel de Desarrollo

A. GERENCIA Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

A.1. VISIÓN Y MISIÓN	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
1- ¿Tiene claro el concepto de visión?	☑	x			☑
2- ¿Tiene claro el concepto de misión?	☑				☑
3- ¿Ha formulado la visión de su negocio?	☑				☑
4- ¿Ha formulado la misión de su negocio?	☑				☑
5- ¿Comparte la visión y misión con las personas que colaboran con usted en su negocio?	☐	☐	☑	☐	☐
6-¿La visión y misión forman parte de un plan a largo plazo (5 años) de su negocio?	☐	☐	☐	☑	☐

A.2. VALORES	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
7-¿Tiene claro cuáles son los valores que caracterizan su negocio?	☑				☐
8- ¿Logra formular los valores de su negocio?	☐				☑
9- ¿Comunica los valores de su negocio a las personas que colaboran con usted?	☐	☐	☐	☐	☑
10- ¿El El trato con su colaboradoras/es coinciden con los valores formulados para su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
11- ¿El trato a los clientes van de la mano con los valores de su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
12- ¿Los valores le ayudan en las decisiones de su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑

A.3. ENTORNO DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
13- ¿Conoce la competencia o quien hace productos similares en la cercanía?	☐	☐	☐	☐	☑
14- ¿Conoce quiénes son sus posibles clientes?	☐	☐	☐	☐	☑
15- ¿Sabe dónde puede adquirir la materia prima que necesita para su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
16- ¿Conoce sobre lo que la rodea y la influencia en su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
17- ¿Analiza lo que le rodea cuando necesita tomar una decisión?	☐	☐	☐	☐	☑
18- ¿Tiene por escrito la manera en que lo que le rodea influye en el negocio?	☐	☐	☐	☐	☑

A.4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (5 años)	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
19- ¿Sabe lo que es un plan de negocios ?	☐				☑
20- ¿Ha desarrollado un plan de negocios para su empresa?	☐				☑
21- ¿Sabe cómo vender/ofrecer su bien o servicio?	☐	☐		☑	☐
22- ¿Sabe qué hacer para comprar en otros lugares diferentes al principal?	☐	☐		☐	☑
23- ¿Sabe qué hacer cuando le piden más productos de lo habitual?	☐	☑		☐	☐
24- ¿Sabe qué hacer en caso de que cambien las condiciones del espacio físico donde trabaja su negocio?	☐	☐		☐	☑
25- ¿Tiene por escrito un plan de negocios?	☐				☑
26- ¿Revisa el plan de negocios con frecuencia?	☐	☐	☐	☐	☑

A.5. VÍNCULOS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS (organizaciones públicas o privadas de la comunidad, entidades financieras, organizaciones civiles, etc.)	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
27- ¿Conoce lo que es aliarse con otras personas para desarrollar más el negocio?	☑				☐
28- ¿Tiene conocimiento de los tipos de alianzas /vínculos estratégicos que favorecen su negocio?	☐				☑
29- ¿Posee ideas básicas de cómo establecer vínculos y alianzas estratégicas?	☐				☑
30-¿Ya tiene identificados los vínculos/alianzas estratégicas para su negocio?	☐				☑
31- ¿Ya tiene concretado al menos una alianza o vínculo estratégico para su negocio.	☐				☑

A.6. RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESARIA (RSE)	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
32- ¿Conoce el concepto de RS (Responsabilidad Social)	☐				☑
33- ¿Tiene algunas acciones ya identificadas para implementar la Responsabilidad Social en su entorno?	☐				☑
34- ¿Ya se ha involucrado en alguna actividad de Responsabilidad Social que se desarrollan en su entorno?	☐	☑	☐	☐	☐
35- ¿Ya ha realizado desde su negocio alguna actividad de Responsabilidad Social?	☐	☐	☐	☐	☑
36- ¿Ha considerado realizar alguna acción de RS con grupos de mujeres?	☐	☐	☐	☐	☑

B. GESTIÓN ADMINISTRATIVA

B.1 PLAN DE ACCIÓN (CORTO PLAZO=MENOS DE UN AÑO)	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
37- ¿Sabe planificar su negocio a seis meses plazo?	☐				☑
38- ¿Usted produce de acuerdo a lo que le solicitan los clientes por año?	☐	☐	☐	☐	☑
39- ¿La materia prima que compra para su producción es con base en sus ventas por año?	☐	☐	☑	☐	☐
40- ¿Tiene un plan de acción a corto plazo escrito? (metas, actividades, indicadores, plazos de ejecución, recursos necesarios y responsables)	☐				☑
41- ¿Implementa el plan de acción escrito en su empresa?	☐	☐	☐	☐	☑
42- ¿Realiza los ajustes necesarios permanentes, mediante monitoreo continuo a partir del plan de acción a corto plazo?	☐	☐	☐	☐	☑

B.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
43- ¿Conoce todo lo que debe hacer para confeccionar sus productos?	☐				☑
44- ¿Es ud. La que divide las tareas entre las personas que apoyan su negocio?	☐	☐	☑	☐	☐
45- ¿Organiza su negocio de acuerdo con las diferentes personas que la apoyan?	☐				☑
46- ¿Tiene organizado su negocio por cada actividad que se haga?	☐				☑
47- ¿Tiene pensado contratar más personas o mejorar las tareas de cada colaborador?	☐				☑

B.3. PERFIL DE PERSONAL	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
48- ¿Tiene pensado cuál es la persona ideal para realizar ciertos trabajos en su negocio?	☐	☐	☐	☑	☐
49- ¿Es ud. La persona que define el perfil del personal que requiere para su negocio?	☐	☐	☐	☑	☐
50- ¿Es ud. la persona que selecciona a sus colaboradoras/es de su negocio a familiares, amistades, personas conocidas, independientemente del perfil requerido para cada puesto?	☐	☐	☐	☑	☐
51- ¿Cuenta con el personal idóneo para la empresa según las características requeridas para cada puesto?	☐	☐	☐	☑	☐
52- ¿Considera en el perfil definido para su personal a mujeres que cumplan con las características requeridas en su negocio?	☐				☑

B.4. PROCEDIMIENTOS Y PROCESOS DE TRABAJO	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
53- ¿Tiene claro los pasos para producir?	☑	☑		☐	☑
54- ¿Tiene claridad el tiempo necesario para realizar las diferentes tareas en su negocio?	☐	☐		☐	☑
55- ¿Tiene registradas las actividades en un documento, especificando plazos, tareas y procesos?	☐				☑
56- ¿Realiza los ajustes necesarios permanentes, mediante monitoreo continuo a partir de un plan de procedimien?	☐	☐	☐	☐	☑
57- ¿Va guardando una parte del dinero para embarazos o lactancia de sus colaboradoras?	☐	☐	☐	☐	☑

B.5. NORMATIVAS LEGALES	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
58- ¿Tiene conocimieto sobre cuales son los permisos que deben tener para que su negocio funcione legalmente?	☐				☑
59- ¿Tiene conocimiento sobre los lugares en donde estos permisos se obtienen?	☐	☐		☐	☑
60- ¿Tiene conocimiento de cómo realizar los trámites necesarios para lograr estos permisos legales?	☐	☐		☐	☑
61- ¿Tiene claro cuando emplea una persona colaboradora que esta tiene una serie de derechos laborales?	☐	☐		☐	☑
62 - ¿Aplica correctamentelos derechos laborales a cada persona colaboradora que trabaja con usted?	☐	☐	☐	☐	☑
63- ¿Cumple con los requisitos legales de manera oportuna (a tiempo)?	☐	☐	☐	☑	☐
64- ¿Se ha beneficiado de alguna manera, con el cumplimiento de los requisitos legales relevantes para su negocio?	☐	☐	☑	☐	☐

B.6. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN (TIC´S)	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
65- ¿Revisa internet para informarse sobre la manera en que hacen su producto?	☐	☐	☐	☑	☐
66- ¿Compra materia prima contactanto por internet?	☐	☐	☐	☐	☑
67- ¿Vende lo que produce utilizando internet (redes sociales, correo electrónico)?	☐	☐	☑	☐	☐
68- ¿Su negocio ha crecido gracias a que usa computadora e internet?	☐				☑

C. COMERCIALIZACIÓN

C.1. GESTIÓN DE CLIENTES Y VENTAS	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
69- ¿Tiene por escrito una lista de clientes a quienes le podría vender en el futuro?	☐	☐	☐	☐	☑
70- ¿Vende su bien o servicio a los clientes que llegan a buscarle?	☐	☐	☐	☐	☑
71- ¿Lleva o brinda su bien o servicio por medio de ordenes de compra (personas o locales que así los solicitan).	☐	☐	☐	☐	☑
72- ¿Realiza visitas a clientes para ofrecer su bien o servicio?	☐	☐	☐	☐	☑
73- ¿Tiene una agenda escrita o manual donde lleva los eventos para vender durante el año?	☐	☐	☐	☐	☑
74- ¿Contacta a clientes potenciales para colocar más productos?	☐	☑	☐	☐	☐

C.2. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
75- ¿Tiene el conocimiento sobre cuales pasos se deben de dar para promocionar sus bienes o servicios actuales y nuevos?	☐				☑
76- ¿Visita a clientela para promover sus bienes o servicios?	☐	☐	☐	☐	☑
77- ¿Lleva muestras impresas o en físico, a clientes potenciales para la venta de sus bienes o servicios?	☐	☐	☐	☐	☑
78- ¿Realiza exposiciones de sus bienes y servicios para su promoción.	☐	☐	☐	☐	☑
79- ¿Hace un plan para orientar la promoción de sus bienes y servicios?	☐	☐	☐	☐	☑
80- ¿Tiene anotado la promoción de sus productos por año?	☐	☐	☐	☐	☑

C.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
81- ¿Realiza los productos pensando en las necesidades de los clientes futuros?	☐	☐	☐	☐	☑
82- ¿Produce sus bienes o servicios, pensando en los gustos y las preferencias de grupos de personas específicas?	☐	☑	☐	☐	☑
83- ¿Modifica sus productos pensando en el gusto de las personas compradoras?	☐	☐	☐	☐	☑
84- ¿Diversifica sus bienes y servicios analizando diferentes tipos de clientela potencial?	☐	☐	☐	☐	☑
85- ¿Hace preguntas a clientela potencial sobre el tipo de bienes o servicios que les interesa?	☐	☐	☐	☐	☑
86- ¿Lleva registros de los bienes y servicios que le interesan a las personas compradoras, según sus gustos?	☐	☐	☑	☐	☐

C.4. CANAL DE RETROALIMENTACIÓN	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
87- ¿Cuándo diseña y produce sus bienes o servicios, pregunta a personas conocidas (familiares, vecinas, etc.) si gusta o no?	☐	☐	☐	☐	☐
88- ¿Cuándo produce los bienes o servicios los revisa y los prueba antes de venderlos?	☐	☐	☐	☐	☐
89- ¿Cuándo vende los bienes o servicios, entrega a la persona un teléfono, una dirección o una forma para comunicarse para una posible queja?	☐	☐	☐	☐	☐
90- ¿Cuándo hay una queja por parte de los clientes debido a algún problema en sus bienes o servicios, usted le reemplaza el producto adquirido o devuelve el dinero?	☐	☐	☐	☐	☐
91- ¿Llama constantemente a clientes y locales que consumen su producto para saber sobre posibles problemas?	☐	☐	☐	☐	☐
92- ¿Tiene alguna manera en la que responde las quejas de los clientes?	☐	☐	☐	☐	☐

D. PRODUCCIÓN Y CALIDAD

D.1. ESPACIO FÍSICO	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
93- ¿Necesita más espacio para producir?	☐		☐		☐
94- ¿Tiene claro cuál es el espacio físico necesario para operar su negocio?	☐				☐
95- ¿Dispone del espacio físico para su empresa, separado del espacio físico de su hogar?	☐				☐
96- ¿Su negocio funciona en un espacio exclusivo y cuenta con los permisos correspondientes de funcionamiento?	☐				☐
97- ¿El espació físico disponible permite el crecimiento de su negocio?	☐	☐	☐	☐	☐

D.2. SISTEMA O ESTRATEGIA DE COMPRAS	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
98- ¿Tiene claro cuáles son los materiales necesarios para la operación de su negocio?	☐	☐	☐	☐	☐
99- ¿Tiene claro quién le podría vender la materia prima ?	☐	☐	☐	☐	☐
100- ¿Rrealiza las compras de materia prima con base en el control de lo que se le va vendiendo?	☐	☐	☐	☐	☐
101- ¿Tiene identificado entre sus proveedores potenciales, negocios liderados de otras mujeres empresarias?	☐	☐	☐	☐	☐
102- ¿Lleva en la computadora o mediante algún sistema las compras de una manera automática?	☐	☐	☐	☐	☐
En una escala de 1 a 5, que tanto conocimiento tiene sobre el área de negocio que desarrolla?	1.Muy poco conocimiento	2. Poco conocimiento	3. Algo de conocimiento	4. Bastante conocimiento	5. Mucho conocimiento
¿Cómo adquirió ese conocimiento? ESPONTANEO	Tradición familiar	Alguien le enseño	Conocimiento personal (cursos o estudios realizados)	Habilidades innatas	Otros:_____

D.3. SISTEMA DE CONTROL DE INVENTARIOS	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
103- ¿Tiene claro cuánta materia prima necesita para producir?	☐				☑
104- ¿Establece manualmente un control sencillo de inventarios de su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
105- ¿Cuenta con un sistema de control de inventarios ya en funcionamiento?	☐				☑
106- ¿El sistema de control de inventarios satisface las necesidades de su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
107- ¿Tiene el control de su inventario en la computadora y lo revisa de acuerdo con el crecimiento del negocio?	☐	☐	☐	☐	☑

D.4. SISTEMA DE MEJORA CONTINUA	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
108- ¿Tiene conocimiento de las características de calidad mínima que debe tener su bien o servicio?	☐				☑
109- ¿Tiene conocimiento de la calidad de su bien o servicio, según lo que esperarían sus clientes potenciales?	☐	☐	☐	☐	☑
110- ¿Usted averigua si su bien o servicio satisface a sus clientes?	☐	☐	☐	☐	☑
111- ¿Establece un sistema de control de calidad de su bien o servicio?	☐	☐	☐	☐	☑
112- ¿Realiza mejoras en sus productos con base en lo que le dice los clientes sobre la calidad?	☐	☐	☐	☐	☐

D.5. CADENA DE VALOR Y ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
113- ¿Conoce los diferentes pasos (de compra, produccion y venta) que se llevan a cabo en cada etapa de su negocio?	☐				☑
114- ¿Conoce como se agrega valor a sus bienes y servicios utilizando los pasos que realiza en cada etapa de su negocio?	☐				☑
115- ¿Diferencia sus bienes o servicios de otros negocios que ofrecen los mismos?	☐	☐	☐	☐	☑
116- ¿ Analiza periodicamente ideas innovadores con el fin de mejorar sus bienes y servicios?	☐	☐	☐	☐	☑
117- ¿Periódicamente implementa acciones para innovar en su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑
118- ¿Prepara un presupuesto anual para establecer un plan de innovación en su negocio?	☐	☐	☐	☐	☑

D.6. GESTIÓN AMBIENTAL	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
119- ¿Conoce qué es un Plan de Control de manejo de desecheos?	☐				☐
120- ¿Su empresa recicla, separa o clasifica los residuos producidos?	☐	☐	☐	☐	☐
121- ¿Utiliza materia prima amigable con el ambiente?	☐	☐	☐	☐	☐
122-¿Utiliza material biodegradable para producir su bien o servicio?	☐	☐	☐	☐	☐
123-¿Participa o ha participado enprogramas de gestión ambiental?	☐	☐	☑	☐	☐

E. FINANZAS

E.1. REGISTROS FINANCIEROS	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
124- ¿Registra las entradas(ingresos) y salidas (egresos) que se producen en su negocio en un libro o cuaderno?	☐	☐	☐	☐	☐
125- ¿Separa los ingresos y egresos de su negocio, de los ingresos y salidas de su hogar o asociación?	☐	☐	☐	☐	☐
126- ¿Lleva un registro exclusivo para anotar los ingresos y egresos que se producen en su negocio?	☐	☐	☐	☐	☐
127- ¿Lleva registros sobre los activos de su negocio?	☐				☐
128- ¿Elabora estados financieros periódicos en su negocio?	☐	☐	☐	☐	☐
129- ¿Usa los estados financieros para proyectar ingresos y gastos futuros del negocio. (Ejemplo: préstamos bancarios).	☐	☐	☐	☐	☐

E.2. COSTEO Y ESTRUCTURA DE PRECIOS	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
130- ¿Pone el precio a sus bienes y servicios acorde a lo que piensa que vale?	☐	☐	☐	☐	☐
131- ¿Calcula el precio de sus bienes y servicios, comparándolo con otros productos similares en el mercado?	☐	☐	☐	☐	☐
132- ¿Calcula el valor de sus bienes y servicios, usando el costo de las materias primas necesarias para producirlo?	☐	☐	☐	☐	☐
133- ¿Calcula el valor del tiempo suyo y de sus colaboradoras/es invertido para producir sus bienes y servicios?	☐	☐	☐	☐	☐
134- ¿Calcula el costo de sus bienes y servicios, introduciéndole gastos en servicios básicos utilizados?	☐	☐	☐	☐	☐
135- ¿Determinar el precio y la utilidad de sus bienes y servicios mediante un sistema de cálculo?	☐				☐

E.3. FINANCIAMIENTO	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
136- ¿Financia las compras de materia prima con dinero personal o del negocio?	☐				☑
137- ¿Adquiere equipo, máquinas y material prima con fondos del mismo negocio?	☐				☑
138- ¿Se asesora para buscar financiamientos ?	☐	☐	☐	☐	☑
139- ¿Busca en instituciones maneras para financiar las compras de equipo, materia prima y maquinaria?	☐	☐	☐	☐	☑
140- ¿Usted gestiona créditos en instancias financieras?	☐	☐	☐	☐	☑

F. HABILIDADES BLANDAS PARA LA EMPRESARIEDAD

F.1.COMUNICACION ASERTIVA	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
141. ¿Logra comunicarse con otras personas de su grupo, comunidad, empresarias(os)?	☐	☐	☐	☐	☐
142. ¿Cuándo se comunica con otras personas, entienden lo que Ud. les dice?	☐	☐	☐	☐	☐
143. ¿Cuándo se comunica con otras personas, entienden lo que Ud. les dice?	☐	☐	☐	☐	☐

F.2. LIDERAZGO SITUACIONAL	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
144.¿Considera que con sus ideas logra inspirar a otras personas de su comunidad, familia, agrupación, grupos de amigas(os)?	☐	☐	☑	☐	☐
145. ¿Cuándo hay que hacer algo, motiva a las personas con su ejemplo?	☐	☐	☐	☐	☐
146. ¿Las personas confían en su forma de dirigir y de actuar en su comunidad, en su negocio, en su agrupación?	☐	☐	☐	☐	☐
147. ¿Logra adaptar diferentes formas de dirigir, acorde a las situaciones que se presentan en su comunidad, en su negocio, en su agrupación?	☐	☐	☐	☐	☐

F.3. TRABAJO EN EQUIPO	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
148. ¿Le gusta trabajar con otras personas?	☐	☐	☑	☐	☐
149. ¿Logra que otras personas colaboren con una actividad en su familia, comunidad, empresa o agrupación?	☐	☐	☑	☐	☐
150. ¿Prefiere trabajar en grupo que de manera individual?	☐	☐	☐	☐	☐

F.4. RELACIONES INTERPERSONALES	N0	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SI
151. ¿Tiene una buena relación con las personas con las que establece un trabajo?	☐	☐	☐	☐	☐
152. ¿Logra generar vínculos duraderos con otras personas de su comunidad, empresa o agrupación?	☐	☐	☐	☐	☐
153. ¿Logra mantener estos vínculos mediante contactos constantes (personal, electrónico, telefónico) con las personas de su comunidad, empresa o agrupación?	☐	☐	☐	☐	☐
154. ¿Usa el diálogo y la cooperación como medio para obtener resultados en las cosas que usted, su familia, empresa o agrupación necesitan?	☐	☐	☐	☐	☐
155. ¿Cuándo negocia con otra persona piensa en un resultado beneficioso para ambas partes?	☐	☐	☐	☐	☐

ANEXO 2: Cuestionario – Organizaciones lideradas por hombres

ESTADO DE LAS ORGANIZACIONES MIPYME LIDERADAS POR HOMBRES, DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES
2018CD-000041-0015800001

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO DE LAS INICIATIVAS ECONÓMICAS
Estimada(o) participante: Mediante el presente cuestionario se pretende que la información recopilada pueda ser utilizada y contribuya para: 1. Tener información general de su persona y de su negocio. 2. Identificar algunos aspectos, según los cuales ser mujer ha influido en su desarrollo y como empresaria(o). 3. Identificar y obtener información de la situación actual de su negocio. 4. Medir el nivel de madurez y desarrollo de las principales competencias y habilidades empresariales y de su negocio. 5. Con base en los resultados del cuestionario, elaborar un plan de seguimiento individual. Las categorías de información contempladas en el instrumento son: 1. Datos generales de la persona emprendedora o empresaria(o), dueña(o) de su idea de negocio o empresa ya en marcha. 2. Caracterización del negocio. 3. Niveles de evolución empresarial, según áreas críticas (dimensiones). La información obtenida será utilizada de manera totalmente confidencial y bajo ninguna razón se generará un reporte individual de una persona o negocio en particular.

ESTADO DE LAS ORGANIZACIONES MIPYME LIDERADAS POR MUJERES/HOMBRES/PERSONAS JÓVENES, DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES

2018CD-000041-0015800001

INSTRUMENTO PARA LA CATEGORIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS Y ACTIVIDADES ECONÓMICAS LIDERADAS POR MUJERES/HOMBRES/PERSONAS JÓVENES

INFORMACION GENERAL

IDENTIFICACIÓN E INFORMACIÓN PERSONAL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA O PERSONA REPRESENTANTE DE LA ORGANIZACIÓN QUE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Número de registro (cuestionario):							
Región:	Central ( )	Chorotega ( )	Pacífico Central ( )	Brunca ( )	Huetar Caribe ( )	Huetar Norte ( )	
Cantón:				**Distrito:**			
Dirección exacta (domicilio):							
Contacto:							
Celular:		Teléfono fijo:		Correo-e:		Facebook:	
Nombre de la persona emprendedora o representante de la organización que realiza la actividad económica:						**Cédula de identidad o Jurídica:**	
Edad (años):	menor de 19 ( )	20 a 29 años ( )	30 a 39 años ( )	40 a 49 años ( )	50 a 59 años ( )	60 a 69 años ( )	Más de 70 años ( )

Profesión u oficio:						
Estado civil actual:	Soltera(o) ( )	Casada(o) ( )	Separada(o) ( )	Unión Libre ( )	Viuda(o) ( )	Divorciada(o) ( )
Nacionalidad:	Costarricense ( )	Nicaragüense ( )	Panameña(o) ( )	Salvadoreña(o) ( )	Hondureña(o) ( )	Guatemalteca(o) ( )
	Colombiana(o) ( )	Venezonala(o) ( )	Cubana(o) ( )	Jamaicana(o) ( )	Otra ( ) Indicar:	
Etnia:	Indígena ( )	Afrodescendiente ( )	Asiática(o) ( )	Blanca ( )	Mestiza(o) ( )	Otra ( )
Nivel de Escolaridad:	Analfabetismo ( ) Sin escolaridad ( )	Primaria Incompleta ( ) Completa ( )	Secundaria Incompleta ( ) Completa ( )	Técnica ( ) Especificar: _____ _	Estudios superiores ( ) Incompleta ( ) Completa ( )	Otros estudios Indicar: _____ Indicar: _____
Número de personas dependientes economicamente:	Ninguna ( )	1 a 2 personas ( )	3 a 4 personas ( )	5 o más ( )		

Actividades de cuido de personas que usted realiza? Puede marcar varias opciones, indicando cantidad de personas.	( ) personas menores de edad	( ) personas menores de edad enfermedas y /o con discapacidad	( ) personas adultas enfermas enfermedas y /o con discapacidad	( ) personas adultas mayores	( ) No realiza activides de cuido de personas	¿Cuántas horas a la semana usted dedica al cuido de personas? _____

¿Podría decirnos quién en el hogar es considerado/a como persona jefa de hogar?	( ) Usted	( ) Su pareja	( ) Jefatura compartida (mi pareja y yo)	Otra, indique cual: _____	Indique según su criterio cuál es el motivo por el cual usted o las persona(as) identificada(s) ejersen como jefatura de hogar: _____

La persona emprendedora o empresaria presenta alguna discapacidad y/o capacidad disminuida:	Sí ( )	Cuál: _____	No ( )

Personas a cargo:	Sí ( )	**Favor marcar quiénes (marcar una o más opciones):**	Menor(es) de edad ( )	Mayor(es) de edad ( )	Persona(s) con discapacidad ( )
	No ( )				

Están las tareas domésticas distribuidas entre los diferentes integrantes de su núcleo familiar?	( ) Si →→ ¿Quiénes? (pareja, hijos, otros familiares)_____	( ) No	**¿Cuánto tiempo en promedio dedica por día a las tareas domésticas?**	_____Horas

Consulta a alguna persona (familia, pareja, amigos/as, otros) sobre las decisiones de su empresa?	a. Si ( ) ¿A quién?_____	b. No ( )	**¿Cuantas horas diarias dedica a las labores relacionadas con su emprendimieto o actividad económica?**	_____Horas

Cuenta con apoyo de su familia en el negocio?	a. Si ( ) ¿Quiénes? (pareja, hijos, otros familiares)_____	En qué apoyan:_____
	b. No ( )	

Qué tipo de seguro social tiene usted?	( ) independiente	( ) familiar	( ) voluntario	( ) Asalariada	( )Pensionada	( ) Por el Estado
	( ) otro	( ) no tiene				

¿Pertenece usted a alguna organización?	( ) Junta de salud	( ) Junta de educación	( ) Asociación de desarrollo	( ) ASADA	( ) Grupo de mujeres	( ) Sindicato
	( ) Grupo religioso	( ) Cooperativa	( ) Partido Político	( ) otro, cual?_____.		

INFORMACIÓN DE LA IDEA DEL EMPRENDIMIENTO O ACTIVIDAD ECONÓMICA (AUN NO TIENE ENPRENDIMIENTO O ACTIVIDAD ECONOMICA EN MARCHA -ETAPA DE GESTACIÓN)							
Detalle de la idea de negocio:							
Sector empresarial en donde se ubica la idea de negocio:	Agroindustria ( )	Artesanía ( )	Turismo Rural ( )	Servicio ( )	Otro ( ) Indicar:		
	Agropecuario ( )						
IDENTIFICACIÓN E INFORMACIÓN EMPRESARIAL (TIENE UN EMPRENDIMIENTO O ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MARCHA)							
Detallde del emprendimiento o actividad economica en marcha:							
Sector empresarial en donde se ubica el emprendimiento o actividad económica:	Agroindustria ( )	Artesanía ( )	Turismo Rural ( )	Servicio ( )	Otro ( ) Indicar:		
	Agropecuario ( )						
Detalle el tipo de producto o servicio:							
Nombre de la empresa:							
Dirección exacta (negocio):							
Tipo de estructura y figura legal:	Informal ( )	Formal ( )	NA ( )				
	Persona Física ( )	Sociedad Anónima ( )	Sociedad Limitada ( )	Cooperativa ( )	Asociación ( )	Fundación ( )	Otro ( ) Indicar: _____
Número de mujeres en el emprendimiento o actividad económica:		**Número de hombres en el emprendimiento o actividad económica:**					
Su emprendimiento o actividad económica cuenta con:	Vision ( )	Mision ( )	Valores ( )	Planificación Estratégica-5 años ( )	Plan de Accion (corto plazo=menos de un año) ( )	Estructura organizacional ( )	
	Procedimientos y procesos de trabajo ( )						
Su emprendimiento o actividad económica cuenta con:	Registros financieros ( )	Costeo y estructura de precios ( )	Tecnología de la Información (TIC´S) ( )	Plan de gestión ambiental ( )			
Tiempo de operación:	Menos de 1 año ( )	De 1 a menos de 3 años ( )	De 3 a menos de 5 años ( )	Más de 5 años ( )	NA ( )		
Lugar donde vende:	Barrio ( )	Distrito ( )	Cantón ( )	Provincia ( )	Toda la Región ( )	Todo el País ( )	Fuera del País ( )
Nivel de ventas mensuales:	Ningún ingreso ( )	0 a 100 mil ( )	101 mil a 200 mil ( )	201 mil a 300 mil ( )	301 mil a 400 mil ( )	401 mil a 500 mil ( )	501 mil a 750 mil ( )
	751 mil a 1 millón ( )	Más de 1 millón ( )	NA ( )				
Nivel de gastos mensuales:	Ningún ingreso ( )	0 a 100 mil ( )	101 mil a 200 mil ( )	201 mil a 300 mil ( )	301 mil a 400 mil ( )	401 mil a 500 mil ( )	501 mil a 750 mil ( )
	751 mil a 1 millón ( )	Más de 1 millón ( )	NA ( )				

El emprendimiento o actividad económica genera ganancias (ahorros):	No genera ( )	Genera para subsistir, para vivir ( )	Genera para ahorrar y crecer ( )	Genera para reinvertir y diversificar, comprar más materia prima y equipo y hacer cosas diferentes ( )	NA ( )

Que tipo de seguro cuentan las personas que laboran en el emprendimiento o actividad económica:	( ) Caja	( ) INS	( ) Otro Indicar:_____	( ) No tiene

Qué obstáculos se presentan para la implementacion y desarrollo de su emprendimiento o actividad económica:	( ) Trámites burocráticos y requisitos legales	( ) Falta de mercado	( ) Financiamiento	( ) Intermediación excesiva	( ) Infraestructura	( ) Equipamiento
	( ) Asesoría y asistencia tecnica	( ) Factores Climaticos				

FORMACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

Ha recibido capacitación o asesoría?	No ( )	Sí ( )

Institución 1 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas ( )	TIC ( )	Ingles ( )

Institución 2 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas (x)	TIC ( )	Ingles ( )

Institución 3 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas ( )	TIC ( )	Ingles ( )

Institución 4 (indicar):							
Competencias Personales (Blandas) ( )	Gerencia y Estrategia Empresarial ( )	Gestión Administrativa, Plan de Negocios ( )	Comercialización ( )	Producción y Calidad ( )	Finanzas ( )	TIC ( )	Ingles ( )

¿Considera que requiere capacitación para desarrollar su emprendimiento o actividad económica de una mejor manera?	No requiere capacitación ( )	Requiere poca capacitación ( )	Alguna capacitación ( )	Bastante capacitación ( )	En que temas:_____ _____ _____ _____ _____

FINANCIOAMIENTO

Ha recibido financiamiento?	No ( )	Sí ( )					
Recursos no reembolsables estatales ( )	Recursos no reembolsables de Cooperación ( )	Crédito Privado Comercial ( ) ¿Quén se lo otorgó?_____	Crédito Banca Nacional ( )	Credito Banca Privada ( )	Microfinanzas ( )	Financiamiento de inversores privados ( )	Otro_____ ( )
Indicar: **IMAS ( )** **FOMUJERES ( )** **MAG ( )** **INDER ( )**	Prestamistas ( )	Banca para el Desarrollo (Por medio de cuál banco?_____)	Cooperativas ( )	Fideimas ( )			

Ese crédito fue…	1 .Credito perosnal ( )	2. Crédito Empresarial ( )
La entidad que le prestó, le ha dado acompañamiento en asistencia técnica o capacitación para el desarrollo de su negocio?	1. Si ( )	2. No ( )

Si fue personal: ¿Otra persona pidió el crédito por usted ?	1. Si ( ) ¿Quién?_____	2. No ( )

PARA LOS QUE NO HAN TENIDO ACCESO AL CREDITO: ¿Cuáles son las razones por las cuales no han accedido al crédito? ESPONTANEA	Excesiva tramitología	Cuotas mensuales elevadas	Solicitud de personas fiadoras ( )	Requisitos de acceso relacionados con género	Por ser trabajadora independiente	Solicitud de permisos de constitución de la empresa	El tipo de proyecto no es financiable
	Estar en condición de pobreza extrema	Solicitud de garantías bancarias	Tasas elevadas de intereses ( )	Estar en la etapa de idea de negocio ( )	Le da miedo endeudarse ( )	Otra_____	
Utiliza tarjeta de crédito para el desarrollo de su negocio	1. Si ( )	2. No ( )					
Utiliza tarjeta de débito para el desarrollo de su negocio	1. Si ( )	2. No ( )					
Mencione tres aspectos positivos del proceso para acceder al crédito:	_____	_____	_____				
Mencione tres aspectos negativos del proceso para acceder al crédito:	_____	_____	_____				

ACCESO A LA TIERRA

Cuáles factores le ha impedido a usted o a su organización tener acceso a la tierra para desarrollar su emprendimiento o actividad económica?	a. _____	b. _____

Cuenta usted o su organización con tierra para desarrollar su emprendimiento o actividad económica?	a. SI ( )	b. NO ( ) **Pase a P5**

Esa tierra está a nombre…	a. Suyo ( )	b. De la organización ( )	c. De otro_____

Forma de adquisición de la tierra?	a. Compra ( )	b. Herencia ( )	c. Por medio del Inder ( )	d. Donación ( )	e. Préstamo ( ) → ¿de quién?_____	f. Alquiler ( ) →¿de quién?_____
	g. Otro_____					

En el caso de que la tierra este a su nombre o de su organización cuenta con el título de propiedad?	a. Si ( )	b. No ( )	¿Por qué?: _____
La tierra que usted o su organización posee es suficiente para el desarrollo de su emprendimiento o actividad económica?	a. Si ( )	b. No ( )	¿Por qué?: _____
Usted o su organización requieren tierra para desarrollar su emprendimiento o actividad económica?	a. Si ( )	b. No ( )	¿Por qué?: _____

INFORMACIÓN FINAL

Nombre del Entrevistador(a):					**Lugar de visita:**	
Dependencia:	CONSULTOR/A ( )	INAMU ( )	MEIC ( )	MAG ( )	**Fecha de visita:**	

ANEXO 3: Listado de productos/servicios ofrecidos por las organizaciones lideradas por mujeres.

	Listado de productos/servicios
1	Árboles de limón y aguacate
2	Artesanía y agroindustriales
3	Base de pregrasa de palma aceitera y plantas medicinales
4	Bizcochos, tamal asado, tamal de maicena, tamal de cerdo y pan casero
5	Bolsas biodegradables, uniformes son de gabachas como linos
6	Cacao en polvo, mazorca de cacao, manteca de cacao y tour en la plantación
7	Café piña y banano orgánico
8	Café, y ganado para cortes fines
9	Chips de plátano de sabores variados
10	Chips de tiquisque, plátano y yuca
11	Confeccionan pulpas y mermeladas a base de acerola
12	Cría alevines, y cuando están grandes se sacan al mercado, ya sea vivas o arregladas o limpias
13	Cultivo de palma, todo proceso por contrato
14	Cultivo y comercialización de café
15	Elaboración de tabletas de chocolates y bombones
16	Elaboración de tamales de maíz tierno (tamales panameños)
17	Es la siembra de una parcela agroeconomia
18	Fabricación de productos artesanales, candelas y jabones
19	Frutas, hoja, culantro, lechuga, fresas y cebollino
20	Hortalizas libres de químicos, abejas sin aguijón, para producir miel y cajetas
21	Hortalizas, lechuga, rábanos, cebollinos, chile y mostaza
22	Hortalizas, reciclaje, apoyo comunal, leche, venta de pollo limpio, artesanía de naturaleza muerta, servicio de talleres informativos y jabones orgánicos
23	Huevo y lechugas, apio, culantro y pepino
24	Insumo agroquímicos, convencional y orgánico
25	Invernaderos, producción de suculentas y variedad de plantas
26	Lechuga y culantro
27	Lechuga, culantro, cebollino, remolachas y rábano
28	Lechuga, culantro, apio, rábano, remolacha y especies secas
29	Lechugas, ciboulette, arúgula, apio, tomillo, romero, cúrcuma, repollo, espinacas, rábanos, zanahoria, albahaca, pepinos y más
30	Lechugas, culantro, coyote y castilla, pepino y apio y huevos
31	Legumbres y pollos
32	Legumbres, chile dulce, lechuga y culantro
33	Lo orgánico
34	Maíz, frijoles, Vainica, tomate, Chile, culantro, apio, lechuga y pepinos
35	Manualidades y repostería (ropa, tejidos)
36	Memerlada y encurtidos
37	Mezclas creadas e inventadas frutales
38	Naturaleza muerta, reutilización de la naturaleza y reciclaje en madera y coco
39	Panadería y repostería

40	Picadillo de papaya
41	Pilado y secado de arroz
42	Pollitas, concentrado, abono, semillas, plástico blanco y negro zaranda y un pozo un motor para sacar el agua
43	Pollos de engorde y siembra de hortalizas
44	Procesamiento de arroz
45	Proceso de fruta deshidratada, piña y banano
46	Producción de árboles, para reforestación
47	Producción de queso, yogurt y productos de leche de cabra
48	Producción diferentes hortalizas y almácigos
49	Producción y venta de miel
50	Producción, empacan frijol rojo y negro
51	Productos artesanal de alta calidad
52	Productos cosméticos, a base plantas medicinales, orgánicas producidas en la misma empresa
53	Productos orgánicos (productos que sana)
54	Pulpas, mermeladas, ensalada de frutas y néctares
55	Realizamos gestión, a favor de los y las agricultores ante instituciones gubernamentales
56	Rosquillas, pinol, pozol, pinolillo, harina de pujagua de maíz morado, panadería, siembra de café de maíz
57	Rosquillas, tanelas, rosquetes, empanadas y pan casero.
58	Sacan la miel con barriles y la embotellan
59	Sacar miel
60	Se recibe y distribuyen productos agrícolas
61	Siembra hortalizas y plantillas de hortalizas
62	Siembra y cultivo, horticultura, tomate, cilantro, chile y lechugas
63	Siembra de apio, chile, vainica, lechuga, remolachas y pepinos
64	Siembra de cúrcuma, jengibre, achiote, chileras, derivados de la yuca y gastronomía rural. Charlas educativas sobre semillas.
65	Siembra de frijoles, culantro, bananos, yuca, rábano, malanga y apio entre otros
66	Siembra de hortalizas y tubérculos, cría de cerdos, gallinas caseras y terneros
67	Siembra de huertas orgánicas, cría de cerdos, gallinas ponedoras caseras y ordeño de vacas
68	Siembra de lechuga, cebollino y tomate
69	Siembra de matas para uso personal
70	Siembra de tomate, lechuga ,apio ,culantro, rábanos, repollo ,vainica, chile dulce ,chile picante, pepino, tiquisque, brócoli, yuca y ajillos
71	Siembra de tubérculos y granos
72	Siembra, cosecha y venta a pequeña escala
73	Tamales de cerdo, pollo y frijol
74	Tomates, chile dulce, lechuga y culantros
75	Trabajo de huertas y cría de cerdas y gallinas ponedoras
76	Variedad de quesos, natilla, yogurt.
77	Venta de queso y cuajada
78	Venta de tamales de cerdo
79	Venta de tilapias y variedad de productos comestibles

ANEXO 4: Listado de productos/servicios ofrecidos por las organizaciones lideradas por hombres.

	Listado de productos/servicios
1	Aguacate
2	Arroz, frijoles
3	Café
4	Café
5	Café y turismo
6	Caña de azúcar
7	Centro de acopio y comercialización
8	Comercialización y del frijol y trillado de arroz
9	Compran la pasta y hacen el chocolate
10	Cultivo de banano
11	Cultivo de papa, culantro, coliflor, lechuga, mostaza
12	Cursos, seminarios en producción agropecuaria, ayuda en trámites, buscar convenios
13	Deshidratación de piña banano papaya y mango
14	Flores
15	Fresa
16	Fresa, chile, tomate, culantro y lechuga
17	Frijol y maíz
18	Frijol y maíz
19	Frijoles y maíz
20	Frutas
21	Frutas deshidratadas
22	Granos básicos
23	Granos básicos en especial frijol
24	Granos básicos y tubérculos y medicinales
25	Guayaba
26	Guayabas
27	Hortalizas naranjas café
28	Hortalizas y lácteos
29	Hortalizas, legumbres, verduras
30	Leche
31	Leche de cabra
32	Leche, aguacate, manzana, café
33	Limón y café
34	Maíz
35	Material para hidroponía y siembra de plantas ornamentales, deshidratación del coco en frío
36	Mermelada de noni, relleno de noni para chocolate

37	Miel jabones cremas profolio
38	Moringa, plantas medicinales cúrcuma, flor de Jamaica orégano Juanilama
39	Pacas de heno, lácteos y ganado de engorde
40	Palma
41	Palma africana
42	Palma africana
43	Palma africana
44	Pepino vainica tomate papaya
45	Pileta para pesca de tilapia
46	Pimienta
47	Piña y tubérculos
48	Piña, plátano, leche
49	Plátano, tubérculos
50	Preparación, siembra y recolección de café
51	Producción apio, chile remolacha culantro papás y zanahoria
52	Producción caprinas
53	Producción de café
54	Producción de chocolate jengibre y cúrcuma
55	Producción de dulce
56	Producción de granos básicos, raíces y tubérculos
57	Producción de leche, queso natilla y yogurt
58	Producción de mermelada, jugos, valor agregado, cultivo papaya
59	Producción de musáceas
60	Producción de plantas ornamentales y orquídeas
61	Producción de plátano y vacas lechera
62	Producción de queso, natilla y yogurt
63	Producción y comercialización de miel de abeja
64	Produce sacha inchi yuca y elote
65	Produce y envasa agua de pipa
66	Produce y venta de cacao con valor agregado todas presentaciones
67	Producen cacao
68	Producen cacao
69	Producen hortalizas, café, deciver
70	Producir cacao en grano seco
71	Productos lácteos
72	Queso
73	Rambután
74	Secan el cacao
75	Sembrar y procesar para aceites esenciales
76	Siembra de fruta fresca con valor agregado
77	Siembra de maíz

78	Tilapia
79	Tomate y vainicas
80	Tomate, chile, culantro, variado
81	Venta y compra, apicultura
82	Verduras, ventas al mayoreo