Informe Técnico

Análisis Integral y Evaluación Estructural

del

Manual con Perspectiva de Género para la Mujer Emprendedora Rural

1. Marco Institucional, Contexto Socioeconómico y Fundamentación de Género

El ***Manual con perspectiva de género para la Mujer Emprendedora Rural*** constituye un instrumento técnico-pedagógico e institucional desarrollado en Costa Rica con el propósito explícito de resolver la brecha estructural de autonomía económica que limita a las mujeres en los entornos rurales. La génesis de esta obra responde a una necesidad diagnosticada en el territorio: la inexistencia previa en el país de una propuesta metódica, gratuita y con perspectiva transversal de género que guiara a las mujeres rurales paso a paso en el desarrollo de iniciativas productivas sostenibles y formalizadas.

La viabilidad e impacto del Manual se sustentan en una articulación interinstitucional sin precedentes, liderada por la Fundación Salomón bajo la coordinación general de su Delegada Ejecutiva, Liliana Mejía Botero. El desarrollo del proyecto integró el trabajo técnico del Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA), representado por la Ing. Kattia Lines Gutiérrez; la Red Sectorial de Género del Sector Agropecuario, coordinada por Gerardina Pérez Jiménez; el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG); el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU); el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC); la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER); el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT); el Instituto de Desarrollo Rural (INDER); el Consejo Nacional de Rectores (CONARE); la Universidad de Costa Rica (UCR); el Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC); la Universidad Nacional (UNA); la Universidad Técnica Nacional (UTN); la Red Costarricense de Agricultura Familiar (REDCAF); el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE); y el Foro RELASER Costa Rica.

Dimensión de Análisis	Caracterización Técnica y Fundamentación Institucional
Población Meta Principal	Mujeres rurales prioritariamente entre 18 y 60 años, con baja escolaridad formal y vocación de emprendimiento.
Objetivo Estratégico	Proporcionar una ruta lógica de capacitación para la autonomía económica, la toma de decisiones y la formalización.
Alineación Internacional	Contribución directa a los Objetivos del Decenio de la Agricultura Familiar y a los ODS 1, 2, 4, 5, 8, 10 y 17 de las Naciones Unidas.

Registro y Licenciamiento	Registrado bajo el ISBN 978-9930-559-16-1 y publicado bajo la licencia Open Database License (ODbL 1.0) para uso público no comercial.

El diagnóstico de partida reveló que la mayoría de los esfuerzos de emprendimiento rural femenino colapsaban debido a la falta de herramientas administrativas adaptadas y a la sobrecarga derivada del trabajo doméstico no remunerado. Al incorporar la perspectiva de género de forma transversal, el Manual no solo capacita en gestión mercantil, sino que desconstruye los condicionamientos culturales que históricamente han invisibilizado el valor productivo del trabajo femenino en el campo.

2. Arquitectura Metodológica y Proceso Participativo de Validación en Siete Niveles

La validez pedagógica y la aplicabilidad de los contenidos del Manual responden a una rigurosa arquitectura de construcción participativa llevada a cabo a lo largo de nueve meses. Este proceso garantizó que tanto el lenguaje como las herramientas analíticas fueran completamente accesibles para mujeres de baja escolaridad, sin sacrificar el rigor técnico que exige la gestión empresarial.

El proceso vinculó activamente a un comité técnico, especialistas en contenidos, personal de extensión agropecuaria y a un grupo representativo de casi 50 mujeres emprendedoras rurales provenientes de diversas regiones productivas del país, incluyendo la Zona Sur, la Región Chorotega y el Corredor Biológico Montes del Aguacate.

El diseño metodológico se estructuró formalmente en siete niveles de validación progresiva:

1. **Creación del contenido base**: Elaboración de la propuesta temática inicial por parte de profesionales especialistas en psicología, sociología, agronomía, administración, mercadeo, ingeniería industrial e historia.
2. **Comité de lectura de módulos**: Revisión crítica e individual realizada por personas creadoras de contenido, extensionistas y emprendedoras rurales para identificar brechas de lenguaje y accesibilidad.
3. **Sesión grupal presencial de acotación**: Trabajo colaborativo entre el Comité Técnico (integrado por Liliana Mejía, Gerardina Pérez, Kattia Lines, Robin Almendares y Julieta Rodríguez) y actores de campo para ajustar los insumos preliminares.
4. **Sesiones telefónicas personalizadas de profundización**: Entrevistas y revisiones detalladas con tres emprendedoras rurales representativas para auditar la aplicabilidad práctica del texto.
5. **Talleres presenciales de construcción participativa**: Encuentros grupales de trabajo dinámico entre personas extensionistas y mujeres rurales para redactar y adaptar conjuntamente las herramientas de los módulos.

6. **Taller final presencial de validación integrada**: Presentación y evaluación del cuerpo modular consolidado para verificar la incorporación plena de las observaciones de campo.
7. **Re-lectura individual de re-validación**: Control final de calidad pedagógica a cargo de emprendedoras rurales para asegurar que el material permite el autoaprendizaje autónomo.

3. Módulo 1: Deconstrucción de Roles de Género, Derechos Humanos y Autonomía Económica

El primer módulo, desarrollado por Laura Vanessa Garita Guevara, Miguel Rojas Campbell y Fabián Campos Boulanger, establece el fundamento sociocognitivo del Manual. La premisa central del texto indica que la construcción de la identidad emprendedora en las mujeres rurales exige desarmar previamente las barreras de género impuestas por la cultura patriarcal.

El módulo analiza cómo la sociedad tradicional ha asignado a las mujeres roles vinculados a la maternidad, la dependencia, la pasividad, la sumisión y el cuidado exclusivo de la familia, reservando para los hombres los roles de dominio, autoridad, independencia y toma de decisiones económicas. La investigación demuestra que estas diferencias no obedecen a condicionantes biológicos, sino a conductas aprendidas socialmente que pueden ser modificadas mediante procesos de concientización y formación.

Eje de Análisis de Género	Paradigma Patriarcal Tradicional	Transformación Propuesta en el Manual
Identidad y Rol Social	Subordinación, aislamiento y dedicación exclusiva al trabajo doméstico no remunerado.	Reivindicación de la mujer como empresaria, sujeto de derechos y lideresa en el desarrollo territorial.
Toma de Decisiones	Delegación del poder de decisión en figuras masculinas (padres, cónyuges).	Ejercicio de la autonomía personal mediante análisis de metas, rutas alternativas y balance de aspectos positivos y negativos.
Uso y Control del Tiempo	Jornadas laborales invisibilizadas y superpuestas sin tiempo para el autocuidado o la capacitación.	Distribución equitativa de las cargas domésticas en la familia y ganancia de tiempo personal y profesional.
Relacionamiento Interpersonal	Aislamiento productivo y rivalidad inducida entre mujeres.	Práctica deliberada de la sororidad y construcción de redes de apoyo formales e informales.

La autonomía económica se define en el Manual como la capacidad real de las mujeres para generar ingresos propios y administrar recursos productivos en

condiciones de libertad e igualdad. Para alcanzarla, el texto vincula la actividad emprendedora con la exigibilidad de los Derechos Humanos fundamentales (educación, salud, trabajo digno, tierra y ambiente sano), e introduce el concepto de *sororidad* —la hermandad y complicidad entre mujeres para superar la opresión compartida— como la fuerza social necesaria para conformar alianzas y encadenamientos productivos sólidos.

4. Módulo 2: Marco Ético, Principios y Cultura Organizacional en Emprendimientos Rurales

El módulo de Valores, redactado por Sandra Cartín Herrera (excoordinadora del Programa Campesino CEPAS), sostiene que la viabilidad comercial y la sostenibilidad de un emprendimiento rural están indisolublemente unidas a la solidez de sus principios éticos. Los valores operan como el cimiento que soporta la cultura organizacional e imparte identidad diferenciada a la empresa en el mercado.

El análisis técnico diferencia los valores (guías actitudinales y operativas que orientan el comportamiento) de los principios (normas y leyes sociales universalmente aceptadas). En el contexto de las mujeres rurales, la vivencia de estos valores se traduce en prácticas de gestión transparente, justa y respetuosa del entorno social y ambiental.

Principales valores y principios éticos articulados en el módulo:

- **Curiosidad e Innovación**: Actitud abierta para explorar nuevas formas de producción, facilitando la adopción de enfoques agroecológicos, el desarrollo de bancos de semillas fortificadas y el uso de variedades resistentes al cambio climático.
- **Sostenibilidad Holística**: Compromiso explícito con la preservación del equilibrio ambiental, la responsabilidad social comunitaria y la rentabilidad económica.
- **Igualdad de Género e Inclusión**: Promoción de entornos de trabajo que combatan la discriminación, garanticen igualdad de remuneración y faciliten el acceso equitativo a tierra, crédito, tecnología y capacitación.
- **Empoderamiento y Sororidad**: Apoyo mutuo entre emprendedoras mediante tutorías y mentorías compartidas, fortaleciendo la voz activa y la participación directiva en las organizaciones rurales.
- **Código de Ética Empresarial**: Instrumento formal que establece las conductas deseadas y prohibidas en el negocio, define mecanismos de resolución pacífica de conflictos y norma la relación con clientes, proveedores y la comunidad.

5. Módulo 3: Sostenibilidad Holística, Economía Circular y Alineación Institucional con los ODS

Elaborado por Roberto Azofeifa Rodríguez (especialista en producción agrícola sostenible del MAG), el tercer módulo conecta la gestión del emprendimiento rural con las corrientes y marcos internacionales de sostenibilidad. El texto enfatiza que la

competitividad actual de una empresa rural depende de su capacidad para operar en armonía con el medio ambiente y la sociedad.

El modelo conceptual se fundamenta en la integración equilibrada de los tres pilares de la sostenibilidad, complementados por el enfoque de Economía Circular (EC).

Pilar / Enfoque	Definición Técnica	Aplicación Práctica en la Finca o Empresa Rural
Pilar Económico	Gestión eficiente de ingresos y costos para garantizar la permanencia del negocio y el ingreso digno.	Uso de registros financieros, estimación correcta de costos operativos y fijación técnica de precios.
Pilar Ambiental	Protección y regeneración de los bienes naturales de los cuales depende la actividad productiva.	Uso responsable del agua potable, conservación de suelos y producción de biocompost a partir de residuos.
Pilar Social	Cumplimiento de la legislación laboral, erradicación de la discriminación y fomento de la salud pública.	Pago de salarios justos, rechazo absoluto al trabajo infantil y elaboración de productos inocuos.
Economía Circular	Modelo de producción que elimina el desperdicio mediante la reincorporación continua de residuos al ciclo productivo.	Conversión de sueros lácteos en derivados, uso de broza de café como fertilizante y confección de artesanías con fibra natural.

El módulo exige que las emprendedoras identifiquen y visibilicen la alineación de sus productos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), destacando el ODS 13 (Acción por el clima) y el ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres). Asimismo, incorpora los consensos de la Cumbre sobre Sistemas Alimentarios de las Naciones Unidas (2021), promoviendo la producción sostenible, la información al consumidor sobre la estacionalidad de los cultivos y las alianzas para el consumo responsable.

6. Módulo 4: Estrategia de Mercadeo, Mezcla Comercial y Validación Empírica de Mercado

El módulo de Mercadeo, desarrollado por Marcela Buitrago González (especialista en publicidad y gestión comercial de frutas), aborda la planificación de ventas como una disciplina preventiva contra el fracaso financiero. El texto advierte explícitamente que lanzarse a producir o vender sin haber investigado el mercado pone en riesgo el patrimonio familiar.

La metodología exige la aplicación de un cuestionario de validación de campo que obliga a la emprendedora a recopilar datos directamente en la calle y en los puntos de venta, descartando la toma de decisiones basada en apreciaciones intuitivas.

Secuencia del diagnóstico empírico de mercadeo:

1. Identificación precisa de la competencia directa e indirecta.
2. Localización de los puntos de venta y análisis de la exhibición de los productos competidores.
3. Caracterización detallada de los productos de la competencia (variedades, presentaciones y calidad).
4. Evaluación de los canales y sistemas de distribución empleados por los competidores.
5. Determinación de los precios vigentes en el mercado objetivo.
6. Identificación del elemento diferenciador o valor agregado de la competencia.
7. Cuantificación de los recursos financieros requeridos para disputar una cuota de mercado.
8. Mapeo de alianzas con cooperativas, asociaciones u organizaciones de la Economía Social Solidaria.
9. Validación de prototipos y muestras de producto con consumidores reales antes de invertir capital.

En la estructuración de la Mezcla de Mercadeo (las 4 Ps adaptadas al entorno rural), el módulo detalla:

- **Producto**: Definición de estándares de calidad, diseño de empaques funcionales y etiquetado con información clara para la persona consumidora.
- **Precio**: Advertencia sobre el peligro de fijar precios bajos por temor a no vender, lo que puede impedir cubrir los costos de operación y el salario de la emprendedora. Se recomienda asesoría financiera para incluir costos fijos, variables y margen de ganancia.
- **Plaza (Distribución)**: Evaluación comparativa entre la venta directa (en finca o ferias, cuantificando costos invisibles de transporte, tiempo y depreciación) y la venta indirecta a través de distribuidores o intermediarios (formalizando compromisos por escrito).
- **Promoción y Servicio**: Uso de comunicación comercial inclusiva y no sexista, seguimiento postventa y capacitación en servicio al cliente para construir relaciones comerciales duraderas.

7. Módulo 5: Gestión Administrativa, Planificación Operativa, Costos y Control Financiero

El módulo de Administración, elaborado por Manuel Esteban Monge González (docente del Instituto Tecnológico de Costa Rica), proporciona la estructura organizativa necesaria para transformar la idea de negocio en una empresa formal y rentable. La administración se define como un proceso sistémico en el que interactúan la emprendedora, el equipo de trabajo, los proveedores, la tecnología, el sector financiero y las instituciones del Estado.

El proceso administrativo se articula en cuatro fases fundamentales:

Fase Administrativa	Herramienta Operativa	Propósito y Aplicación en la Empresa Rural
Planeación	Cronograma de Actividades y Plan de Acción.	Definición de tareas, secuencia lógica, asignación de responsables y estimación de tiempos de ejecución.
Organización	Organigrama y Definición de Puestos.	Asignación de funciones claras a cada integrante del equipo (incluyendo familiares) y fijación de salarios reales.
Dirección	Liderazgo Participativo y Comunicación.	Guiar al personal bajo principios de equidad, motivación, respeto y delegación responsable de autoridad.
Control	Registros Financieros e Indicadores de Cumplimiento.	Verificación periódica de metas ejecutadas versus planificadas para corregir desviaciones de costos o producción.

En el plano financiero y contable, el módulo instruye sobre el uso de herramientas prácticas como la cuenta de caja, la contabilidad por partida simple y los cuadros de costos variables y fijos. El autor enfatiza que un negocio rural solo es verdaderamente rentable si los ingresos permiten cubrir la totalidad de la materia prima, los costos fijos (agua, electricidad, préstamos) y los salarios de todas las personas trabajadoras —incluyendo a la propia emprendedora—, dejando además un margen de utilidad para el ahorro y la capitalización.

8. Módulo 6: Innovación Sistémica, Habilidades del Siglo XXI y Co-creación

El sexto módulo, redactado por Marcela Monge Campos (docente e ingeniera industrial vinculada al MICITT y la Universidad de Leipzig), desmitifica la innovación al demostrar que no se limita a invenciones tecnológicas complejas, sino que abarca cualquier modificación que introduzca un nuevo valor para el cliente y mejore la rentabilidad del negocio.

El texto propone el desarrollo activo de las "Habilidades del Siglo XXI" (pensamiento crítico, creatividad, colaboración, resolución de problemas y manejo de herramientas digitales) para liderar procesos de cambio productivo en la ruralidad.

Pasos para la generación de innovación en la empresa rural:

1. Observación detallada de las necesidades no resueltas en el mercado local y regional.
2. Inventario de recursos disponibles (humanos, materiales, agrícolas y culturales).
3. Participación en espacios de co-creación y redes comunitarias con otras emprendedoras para compartir experiencias y soluciones.

4. Experimentación mediante prototipos de bajo costo y pruebas de mercado antes de realizar inversiones mayores.
5. Aplicación de la matriz de variaciones sobre procesos o productos existentes (reemplazar ingredientes, modificar empates, eliminar etapas innecesarias, reorganizar flujos o combinar tradiciones locales con nuevas presentaciones).

El módulo destaca que crear un producto completamente nuevo es la forma de innovación más costosa y con menor tasa de éxito, aconsejando enfocar los esfuerzos en la innovación de procesos, empaques, canales de comercialización y aprovechamiento de subproductos.

Entre los casos costarricenses de innovación rural presentados destacan *Cosmética Madre Monte* (Buenos Aires de Puntarenas), por el desarrollo de productos cosméticos bajo economía circular; y *Folk Crin* (Región Chorotega), por la transformación de la crin residual del caballo en piezas exclusivas de bisutería de proyección internacional.

9. Módulo 7: Asociatividades, Economía Social Solidaria (ESS) y Redes de Apoyo

El séptimo módulo, desarrollado por la socióloga Yasy Morales (coordinadora del Programa de Economía Social Solidaria de la Universidad de Costa Rica), aborda la asociatividad como una estrategia clave para superar las limitaciones de escala de las pequeñas productoras rurales. Asociarse permite consolidar volúmenes de oferta, reducir costos de insumos, acceder a mercados más exigentes y compartir conocimientos.

El texto diferencia las empresas mercantiles tradicionales de las organizaciones de la Economía Social Solidaria (ESS) —tales como asociaciones de productoras, cooperativas y centros de acopio asociativos—.

Criterio de Comparación	Organizaciones de la Economía Social Solidaria (ESS)	Empresas Mercantiles Convencionales
Objetivo Principal	Bienestar de las personas asociadas, sus familias y la comunidad territorial.	Maximización del beneficio económico para los propietarios de capital.
Gobernanza y Control	Control democrático (principio de una persona, un voto, independientemente del capital).	Voto ponderado por la cantidad de acciones o capital aportado.
Destino de Excedentes	Reinversión en la organización y creación de fondos de bienestar social comunal.	Distribución de ganancias entre inversionistas en función del capital.
Enfoque de Mercado	Comercio justo, consumo consciente, solidaridad y equidad de género.	Competencia convencional guiada por la rentabilidad financiera.

La autora advierte que la principal causa de fracaso en las asociaciones rurales es la sobrecarga de trabajo en pocas directivas. Para evitarlo, propone la rotación de roles, la formación permanente de todas las asociadas, la gestión transparente y el relevo generacional incorporando a jóvenes de la comunidad en tareas de innovación digital y comercialización.

10. Módulo 8: Internacionalización, Estrategia Exportadora y Requisitos del Mercado Global

El módulo final, elaborado por Mónica Dayana Trigueros Arias (asesora de comercio exterior en PROCOMER), ubica la exportación como la etapa avanzada de la ruta emprendedora. La internacionalización se concibe como una opción viable solo cuando la empresa cuenta con una oferta consolidada, experiencia previa en el mercado nacional, solvencia financiera y formalización legal completa.

La preparación para exportar exige un proceso riguroso de planificación estratégica:

Fases requeridas para el proceso de exportación:

1. Evaluación de la capacidad exportable (volumen constante, calidad estandarizada y capacidad de producción sostenida).
2. Estudio y selección del mercado de destino (requisitos arancelarios, culturales y perfil de consumo).
3. Formulación del plan de exportación y adecuación del producto a las exigencias internacionales.
4. Formalización de trámites aduaneros y registros de salida (certificaciones fitosanitarias, inocuidad y origen).
5. Negociación comercial e identificación de términos de entrega (Incoterms).
6. Selección de métodos de pago internacional seguros (cartas de crédito y transferencias bancarias).

El módulo destaca las herramientas de apoyo empresarial que ofrece PROCOMER para el acompañamiento técnico de las Pymes. Asimismo, enfatiza que la exportación demanda el cumplimiento estricto de normas de trazabilidad, empaquetado térmico, requisitos sanitarios y etiquetado en el idioma del país comprador, reafirmando la importancia de construir alianzas asociativas para responder a los volúmenes exigidos por el mercado internacional.

11. Análisis Integrado de la Ruta Emprendedora, Encadenamientos y Distinciones Nacionales

El *Manual con perspectiva de género para la Mujer Emprendedora Rural* no debe interpretarse como un conjunto de lecturas aisladas, sino como un mapa de navegación continuo que acompaña las etapas de evolución del emprendimiento definidas por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

La ruta emprendedora articula progresivamente los módulos en tres grandes fases de desarrollo:

- **Fase Informal (Gestación e Inicio)**: Cobertura de los Módulos 1 y 2 (Género y Valores), enfocados en la construcción de la identidad emprendedora, la autonomía personal y la definición del marco ético.
- **Fase Parcialmente Formal (Desarrollo y Madurez Inicial)**: Cobertura de los Módulos 3, 4 y 5 (Sostenibilidad, Mercadeo y Administración), centrados en la validación del mercado, la viabilidad financiera y la estructuración operativa.
- **Fase Formal y MiPYME (Nacimiento, Crecimiento y Escalamiento)**: Cobertura de los Módulos 6, 7 y 8 (Innovación, Asociatividad y Exportación), orientados a la agregación de valor, la integración en la Economía Social Solidaria y la apertura a mercados internacionales.

Para potenciar la competitividad de las empresas lideradas por mujeres, el Manual analiza tres importantes distinciones y marcas de certificación vigentes en Costa Rica:

1. **Galardón para la Igualdad de Género en Actividades Productivas (GIGUP)**: Reconocimiento que visibiliza a unidades productivas que aplican criterios de equidad de género, comercio justo y prácticas de baja emisión de carbono.
2. **Programa Bandera Azul Ecológica (Categoría Agropecuaria)**: Certificación gratuita del MAG que reconoce el manejo sostenible de recursos naturales, la conservación de suelos y la gestión ambiental en fincas y proyectos rurales.
3. **Marca País Esencial Costa Rica**: Licenciamiento institucional que evalúa cinco valores (Excelencia, Sostenibilidad, Innovación, Origen social y Vinculación costarricense), otorgando un sello de reputación internacional para la comercialización de productos rurales.

12. Síntesis de Impacto Técnico, Indicadores de Evaluación y Recomendaciones de Implementación

El análisis técnico del *Manual con perspectiva de género para la Mujer Emprendedora Rural* confirma su valor como una política pedagógica e institucional de alto impacto para la transformación económica de las zonas rurales en Costa Rica. Su logro principal consiste en haber integrado el rigor conceptual de múltiples instituciones públicas y universidades con las vivencias, saberes y necesidades cotidianas de las mujeres campesinas e indígenas.

Para maximizar la efectividad en la aplicación de este Manual en programas de extensión y capacitación rural, se formulan las siguientes recomendaciones técnicas:

- **Mantener la Metodología Participativa**: Ejecutar los talleres utilizando dinámicas de construcción colectiva, lluvia de ideas y análisis de casos reales que respeten el entorno cultural y la escolaridad de las participantes.
- **Exigir el Uso de Herramientas de Registro Financiero**: Condicionar el acceso a capital de trabajo o fondos de fomento al uso sistemático de los cuadros de control de caja, costos y presupuestos facilitados en los módulos de Administración y Mercadeo.

- **Impulsar la Conformación de Consorcios Asociativos**: Facilitar la unión de pequeñas unidades productivas locales para compras grupales de insumos y venta conjunta en ferias regionales o programas de compras públicas.
- **Monitorear el Impacto Mediante Indicadores Desagregados**: Evaluar el progreso de los emprendimientos mediante indicadores de incremento de ventas, avance en la formalización legal, adopción de prácticas de economía circular y grado de participación de las mujeres en puestos directivos comunitarios.

1. Ficha Bibliográfica Principal del Documento

- **Título:** Manual con perspectiva de género para la Mujer Emprendedora Rural.
- **Coordinación General y Edición:** Fundación Salomón (Liliana Mejía Botero, Delegada Ejecutiva).
- **Registro ISBN:** 978-9930-559-16-1.
- **Lugar y Fecha de Publicación:** San José, Costa Rica (Febrero de 2023).
- **Licencia de Uso:** Licencia de contenido Open Database (ODbL 1.0) — Uso público no comercial.
- **Diseño Gráfico y Diagramación:** La Mosca Publicidad, Agencia.
- **Ilustraciones:** Casa Garabato.
- **Autores de Contenido Base por Módulo:**
    - **Módulo 1 (Género y Emprendimiento):** Laura Vanessa Garita Guevara, Miguel Rojas Campbell y Fabián Campos Boulanger.
    - **Módulo 2 (Valores):** Sandra Cartín Herrera.
    - **Módulo 3 (Sostenibilidad):** Roberto Azofeifa Rodríguez.
    - **Módulo 4 (Mercadeo):** Marcela Buitrago González.
    - **Módulo 5 (Administración):** Manuel Esteban Monge González.
    - **Módulo 6 (Innovación):** Marcela Monge Campos.
    - **Módulo 7 (Asociatividades):** Yasy Morales.
    - **Módulo 8 (Exportación):** Mónica Dayana Trigueros Arias.

---

2. Bibliografía de Referencias Consultadas en el Manual

Módulo 1: Género y Emprendimiento

- Atlassian. (s.f.). ¿En qué consiste la lluvia de ideas?.
- Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED). (2016). Glosario de la diversidad sexual, de género y características sexuales.

- Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). (2015). Identidad de género y cuido. Folleto para personal de enfermería y atención a pacientes.
- Naciones Unidas. (2015). Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- OCHA Colombia Wiki. (2011). Concepto de Estado.
- Pérez, M. (2009). Sororidad. Hermandad entre mujeres. Revista trimestral Instituto Veracruzano de las Mujeres, 6.

Módulo 2: Valores

- CEPAL Naciones Unidas. (s.f.). Autonomía económica.
- Editorial Etecé. (2021). Valores universales.
- Factorial HR. (2022). ¿Qué son y cómo trabajar los valores de una empresa?.
- HOMUORK. (s.f.). Adaptabilidad: qué es y cómo fomentar la entre tus equipos.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (s.f.). Marco de referencia de género y mujeres rurales.
- Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). (2018). Política Nacional para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres 2018-2030 (PIEG).
- ISOTools Excellence. (s.f.). ¿La excelencia empresarial es un gran reto para las organizaciones?.
- Levaggi, V. (2004). ¿Qué es el trabajo decente? Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Molina, C. (2021). La inclusión social, un compromiso a largo plazo. Banco Mundial.
- Observatorio de Género del Valle del Cauca. (s.f.). Conceptos básicos.
- Plataforma por empresas responsables. (2021). ¿Qué es la debida diligencia?.
- Portal de la Economía Solidaria. (2009). Autonomía económica de las mujeres.
- Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. (2020). Política de igualdad de género para el desarrollo inclusivo en el sector agropecuario, pesquero y rural costarricense 2020-2030.
- Significados.com. (s.f.). Significado de justicia social.

Módulo 3: Sostenibilidad

- Castaño, C. (2013). Los pilares del desarrollo sostenible: sofisma o realidad.
- Esencial Costa Rica. (s.f.). ¿Qué es la marca país?.
- Galardón de Igualdad de Género para Unidades Productivas (GIGUP). (s.f.). ¿Qué es el GIGUP?.

- Louis Bonduelle Foundation. (s.f.). Economía circular: producir mejor con menos.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). (2022). Hoja de ruta. Costa Rica hacia Sistemas Alimentarios Sostenibles: oportunidades y desafíos desde la producción hasta el consumo.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). (2022b). Manual de Procedimientos: Categoría Agropecuaria (Bandera Azul Ecológica).
- Naciones Unidas. (s.f.). Estados miembros.
- Naciones Unidas. (2012). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible - Rio+20.
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2005). Estrategia Regional sobre Consumo y Producción Sustentables.

Módulo 4: Mercadeo

- Bonilla, D. (2016). Gamas de alimentos.
- Burgos, A. (2017). Definición de atributos del producto.
- Forero, S. (2016). Fundamentos de mercadeo. Ecoe Ediciones.
- Juan, G. (2019). Canales de distribución, ¿cuál es el adecuado para tu negocio?.
- Kotler, P. y Armstrong, G. M. (2003). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.
- Paniagua, J. (2012). Marketing Mix: Las 4 P's de Marketing.
- Poder Ejecutivo de la República de Costa Rica. (2008). Aprobación de Reglamentos Técnicos Centroamericanos sobre Productos Cosméticos.
- Puente, O. (2020). ¿Qué es una marca?.
- Question Pro. (s.f.). ¿Qué es el servicio al cliente?.
- Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. McGraw-Hill Interamericana.
- Vargas, Y. y Pérez, L. (2018). Aprovechamiento de residuos agroindustriales para el mejoramiento de la calidad del ambiente. Revista Facultad de Ciencias Básicas, 14(1), 59-72.

Módulo 5: Administración

- Editorial Etecé. (2020). Cronograma.

- Red Costarricense de Agricultura Familiar. (2014). Manual de perspectiva de género de la mujer productora rural.

Módulo 6: Innovación

- Keeley, L., Pikkel, R., Quinn, B. y Walters, H. (2013). Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs. Deloitte Development, John Wiley & Sons.
- Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT). (2021). Política Nacional de Sociedad y Economía Basadas en el Conocimiento 2022-2050.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) y Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD). (2018). Future of education and skills 2030: conceptual learning framework.
- Vela, A. (2018). Competencias importantes para los trabajos del futuro.

Módulo 7: Asociatividades

- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2010). Ley sobre el Desarrollo de la Comunidad (DINADECO).
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2022). Ley de Asociaciones Cooperativas.
- Congreso de la República de Costa Rica. (2010). Ley de Asociaciones.
- Poder Ejecutivo de la República de Costa Rica. (2015). Decreto Ejecutivo N° 39089-MP-MTSS.

Módulo 8: Exportación

- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). (2020). Programa alivio ya tiene beneficiarios: 200 pymes pueden disponer de fondos no reembolsables y acompañamiento empresarial para la continuidad de sus negocios.
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) y Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX). (2016). Guía informativa sobre temas de comercio exterior.