

# La comercialización y exportación de orquídeas cultivadas por mujeres en Costa Rica

Karla Gutiérrez<sup>1</sup>

## Resumen

El principal objetivo de este artículo es vincular el tema de género con el comercio internacional, mediante el estudio de un caso específico: la exportación de orquídeas cultivadas por grupos de mujeres que conforman una organización, la UNAPRO. El avance que estas mujeres han tenido no hubiera sido posible de no ser por la cooperación técnica y financiera de la Misión Taiwán. Dicha Misión cuenta con una finca en Grecia, llamada Las Palmas, lo que ha permitido un mejor encuentro con las mujeres productoras de la zona. Para este estudio se utilizaron fuentes bibliográficas, entrevistas y una visita al campo que permitió observar de cerca los obstáculos que enfrentan tanto la Misión como la Unión, entre éstos la falta de líneas telefónicas (acceso a internet y fax), y las oportunidades, como la construcción de un laboratorio. Este estudio muestra un ejemplo más del desarrollo e impacto socio-económico de la mujer costarricense en la actualidad.

**Descriptores:** Comercio internacional – género – orquídeas – Misión Taiwán - Mujer

## Abstract

To investigate about gender pertaining subject and link it to the international trade is the main objective of this article. A specific case is analyzed: the export of orchids grown by women, who constitute a Union (UNAPRO). This group of women would not be able to move forward as it has without the technical and financial assistance received from the Taiwanese Mission. This Mission has a location in Grecia named Las Palmas, which allows them to be closer to the women from the area. For this study, bibliographical sources were resorted to, same as interviews and a visit to the field that enabled a magnified look at the obstacles that the Mission faces, such as the lack of telephone lines (access to internet and fax), as well as opportunities like the construction of a laboratory. This document serves another example of the development and socio-economic impact from women in the Costa Rican society.

**Keywords:** International trade – gender – orchids – Taiwanese Mission – Women

---

<sup>1</sup> Bachiller en Relaciones Internacionales de la Universidad Latina de Costa Rica (2004), candidata a máster en Administración de Empresas con énfasis en Comercio Internacional, de ULACIT. [karla.guti@gmail.com](mailto:karla.guti@gmail.com)

## I. Introducción

La comercialización de las orquídeas en Costa Rica ha crecido en los últimos años, gracias a la diversificación de productos que se impulsó en la economía nacional. A finales de la década de los noventa, llegó al país una empresa proveniente de la isla líder en el cultivo de orquídeas: Taiwán. En 1998, la empresa Taisuco se instaló, subsidiaria de la empresa Taiwan Sugar Corporation, en la zona franca BES en el Coyol, Alajuela. Esto colaboró al incremento no solo en la producción de orquídeas, sino también de su exportación. La empresa realiza estudios de propagación y disseminación de las *phaleanopsis* (orquídea taiwanesa más desarrollada por la empresa) en laboratorios de biotecnología, y cultivan plantas en invernaderos con un medio ambiente controlado y con capacidad para producir un millón de estas orquídeas por año (Cabezas, 2006).

Por otro lado, la Misión Taiwán, radicada en Costa Rica desde los años setenta, ha colaborado a nivel técnico para desarrollar el cultivo de las orquídeas en sectores rurales como Grecia, donde ha brindado ayuda a grupos de mujeres. En la Región Central Occidental de Costa Rica, seis asociaciones se organizaron años atrás con el propósito de generar una actividad económica que permitiera aportar un mayor ingreso en sus hogares. El resultado final es la Unión de Asociaciones de Mujeres Productoras Rurales del Sector Central Occidental y La Rambla – UNAPRO. El proyecto se inició en el año 2000, con el financiamiento para la construcción de viveros para cada uno de los grupos dedicados a la producción y comercialización de orquídeas, y se formó así formando una cadena para desarrollar las plantas desde pequeñas hasta llegar a la floración y su venta. La Unión cuenta con el apoyo de la Misión Taiwán, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y demás instituciones del sector agropecuario, y ha venido creciendo e integrando más grupos.

Según una breve investigación realizada para el Instituto Interamericano de Cooperación en la Agricultura (IICA)<sup>2</sup>, las diferencias entre hombres y mujeres se mantienen en todos los ámbitos, y en especial en el campo laboral, las mujeres del sector rural sufren de una marcada discriminación. Dos mujeres integrantes de la Asociación de Mujeres Artesanas de San Isidro de Atenas (AMASIA), mencionaron que buscan grupos como estos, productores de orquídeas, ya que son más tolerantes, porque “los hombres piensan siempre que ellos saben más” y “que las mujeres son tontas”. La mayor motivación es entender que solo juntas pueden ejercer su derecho de ser iguales dentro de la economía del país. De lo anterior se puede concluir que es indispensable tener políticas sectoriales que tengan un enfoque de género, políticas que se lleven a la práctica. La apertura comercial es una realidad y lo único que se puede hacer es prepararse de la mejor forma posible. Ante esta situación surgen preguntas como ¿pueden en estas condiciones las mujeres organizadas del sector rural tener acceso a los mercados internacionales? y ¿cuentan con el apoyo de las instituciones para esto?

---

<sup>2</sup> Boletín Huella N°5, 2001. *Amasia: entre hilos y flores*. Serie IICA-CIDER Año 2001. Pág 9.

## **¿Por qué es importante el análisis del género en el tema del comercio internacional?**

Primeramente, es indispensable tener clara la existencia del enfoque del género en las políticas actuales de la economía nacional. Según un artículo publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) durante el 2006, este enfoque surge “como resultado de la preocupación por la situación de las mujeres y la observación de las diferencias entre hombres y mujeres en la sociedad, traducidas en muchos casos en desventajas y discriminaciones”. Así bien, la teoría del género permite visualizar a las sociedades y a las culturas en su conjunto, y por lo tanto a todos los sujetos que intervienen en sus procesos, mujeres y hombres.

Dicha teoría busca no sólo entender el mundo de las relaciones de género, sino también proceder a transformarlo. En la actualidad, abarca los planteamientos teóricos metodológicos, filosóficos, éticos y políticos fundamentales, necesarios para comprender el complejo entramado de relaciones de poder que determina la desigualdad entre hombres y mujeres, el dominio que los primeros ejercen sobre las segundas, la condición de preponderancia paradigmática y a la vez enajenante de ellos, y la condición de subordinación, dependencia y discriminación en que ellas viven<sup>3</sup>.

Gracias a la concientización que ha existido durante los últimos años en Costa Rica sobre este tema, han surgido programas y nuevas políticas que permiten a la mujer tener una mayor participación en los sectores productivos. Estos cambios también han incentivado a las mujeres a que busquen opciones para realizar sus propios proyectos empresariales con lo que, cada año se ha ido incrementando el número de empresas lideradas por estas, aunque sean de carácter pequeño o micro. Se cambiaron los esquemas tradicionales con respecto a los trabajos realizados por mujeres, para demostrar que la gestión empresarial tiene éxito también cuando es manejada por ellas.

### **Justificación de la importancia del estudio**

Los beneficios del libre comercio se explican desde la teoría tradicional del comercio internacional. Echeverri-Carroll y Brandanza (2001) se refieren al tema de la siguiente forma:

El libre comercio permite a los países que cuentan con factores de producción distintos se especialicen según sus ventajas comparativas. La cada vez mayor especialización que se deriva del comercio logrará la utilización más eficaz de los recursos, una reducción de precios para el consumidor y una mayor variedad de productos disponibles en el mercado local. Según la teoría tradicional uno de los beneficios para Latinoamérica es la creciente especialización en actividades comerciales que usan el recurso relativamente abundante en la región: la mano de obra no

---

<sup>3</sup> Tomada del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias de Ciencias y Humanidades, México, D.F., (2003).

calificada. Por ende la región tendería a centrarse en maquiladoras o instalaciones de ensamblaje para la exportación que podría generar una tendencia a la mano de obra femenina no calificada (p.1).

Desde la década de los noventa ha habido un mayor enfoque, sobre todo de organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales, en el aspecto del género y apoyo a la mujer. En este sentido, desde mediados de 1994 la Misión Técnica Taiwán planteó que el objetivo de la inversión en capacitaciones y viveros sería para el desarrollo e independencia económica de la mujer.

### Fomento a las exportaciones en el sector agrícola

En este momento, la economía del país apuesta su desempeño a varios ejes tanto de política económica y monetaria, como también de política comercial. Uno de esos ejes es el *Fomento a las exportaciones*. El siguiente diagrama fue diseñado como parte de un documento sobre la “Meta Exportadora 2010-2015”, el cual plantea factores claves en este rubro, que permitirán alcanzar la meta de duplicar las exportaciones del sector agrícola para el 2015.

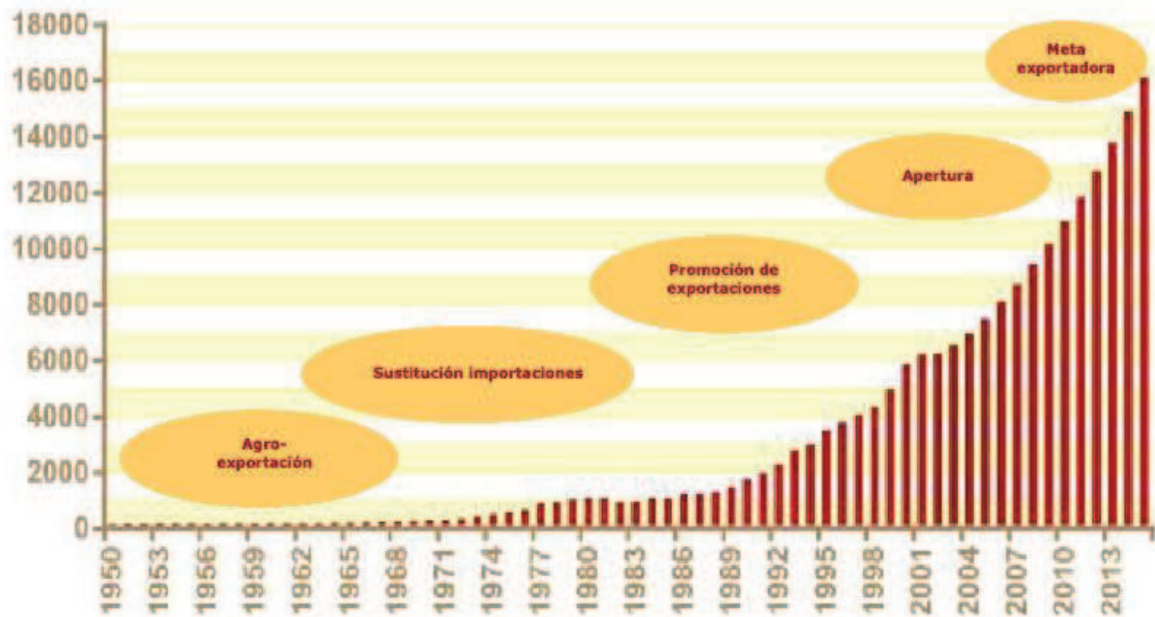
**FLUJOGRAMA 1**  
**Factores clave para el fomento de exportaciones**



Es importante que las microempresas, como las lideradas por mujeres, se planteen objetivos relacionados con el plan gubernamental de desarrollo en este sentido, primero enfocándose en el desarrollo de la capacidad. Para poder llegar a internacionalizar la economía costarricense, es indispensable como punto de partida fortalecer la capacidad competitiva y, especialmente, hacerlo desde los sectores más necesitados de financiamiento, investigación y capacitación.

En el presente documento se analiza un ejemplo en el que un grupo de mujeres de bajos recursos ha buscado la ayuda de las instituciones del país para lograr internacionalizar poco a poco su producto: las orquídeas. En el siguiente gráfico se ve el desarrollo de la política comercial enfocada en las exportaciones en las últimas décadas y la proyección hacia el futuro.

**GRÁFICO 1**  
**Sector Agrícola: Crecimiento Moderado pero constante**



Fuente. PROCOMER 2006

Como se puede apreciar, en este momento Costa Rica vive tiempos de apertura, y para poder lograr un crecimiento económico más balanceado, es necesario que las pequeñas empresas sintonicen sus actividades con objetivos dirigidos al fortalecimiento de estas políticas, de manera que se pueda llegar a la meta exportadora del 2015.

## II. El cultivo de las orquídeas en la economía costarricense

### Aspectos generales sobre las orquídeas

Las orquídeas son plantas herbáceas perennes de la familia Orchidaceae, muy abundantes, especialmente en los trópicos, y también en ambientes templados, desde el nivel del mar y hasta grandes altitudes. Existen alrededor de 30 mil variedades en todo el mundo, y en Costa Rica se encuentran alrededor de 1,500 de estas, que según los estudios de la ACO, se dan debido a las diferencias ecológicas que se presentan en el país por diversos factores climáticos. Por ser un país muy angosto y tener la influencia de dos océanos, se presentan grandes diferencias de humedad en el ambiente, lo que hace que haya tanta diversidad de climas. Esto favorece el surgimiento

de gran cantidad de especies. Costa Rica tiene una de las mayores densidades de estas por unidad de área de territorio.

La estructura de la flor es lo que hace que una planta sea una orquídea. Si bien el crecimiento vegetativo (raíces, tallos, hojas) varía mucho de planta a planta, todas las orquídeas tienen en su flor una estructura llamada columna, que es una fusión de los órganos reproductivos masculino y femenino. Tienen, además, tres sépalos y tres pétalos, de los cuales uno de los últimos es muy modificado y se le conoce con el nombre de labio o labelo. El polen se encuentra fusionado en masas que se llaman polinios y que pueden ser de dos a ocho. La columna es la característica más importante por la cual se determina o asigna una especie a la familia de las orquídeas (Orchidaceae)<sup>4</sup>. Otro dato curioso, que fue comentado por de muchas mujeres durante sus capacitaciones sobre las orquídeas, según comenta Iris Fernández, es que la gente todavía piensa que las orquídeas son parásitas:

Las orquídeas podrán vivir adheridas a los troncos y ramas de los árboles, pero es porque necesitan crecer donde encuentren apoyo y nutrientes, que se dan por la descomposición de materia vegetal. Estas flores fabrican su alimento a partir del agua y el dióxido de carbono, como lo hacen las demás plantas. Por lo tanto, las orquídeas no son parásitas sino epífitas<sup>5</sup>, ya que no se alimentan de las plantas que les sirven de apoyo.

### **La orquídea y su proceso de cultivo**

Comentaba la señora Fernández, que una de las formas más comunes de trabajar entre las asociaciones que forman parte de la UNAPRO, es por fases, ya que por cuestiones principalmente climáticas, las orquídeas no florecen en todos los lugares de la zona; por ejemplo las mujeres de Sarchí o Naranjo las desarrollan y luego los demás grupos las reciben y las cuidan para hacerlas florecer.

Las plántulas (plantas pequeñas) primero son traspasadas a macetas con musgo; luego se riegan dependiendo del estado del tiempo; el musgo no debe estar seco. La temperatura deseada tiene que estar entre los 8° C y 35° C<sup>6</sup>. Se usan cortinas negras para aislar el calor y obtener la temperatura deseada. También requieren fertilizantes una vez al mes y los insecticidas o bactericidas se usan cuando hay plagas. Por otro lado, gracias a las modernas técnicas de cultivo "in vitro", millares de plantas pequeñas, procedentes de laboratorios se desarrollan y florecen en los viveros.

---

<sup>4</sup> Fuente: Asociación Costarricense de Orquideología (ACO) *Preguntas Frecuentes*, 2006.

<sup>5</sup> Las que viven así, sobre otras, se llaman "epífitas", término tomado del griego "epi" que significa "encima o sobre" y "phyton" que significa "planta o vegetal".

<sup>6</sup> *Boletín Huella N°5*, 2001. Amasia: entre hilos y flores. Serie IICA-CIDER Año 2001. Pág 9.

## El procedimiento in vitro<sup>7</sup>

El proceso de reproducción de orquídeas in-vitro inicia con la polinización, que es la unión del polen con los óvulos de la flor. Puede ser natural (agentes polinizadores como abejas, moscas, mariposas y aves) o controlada o artificial (realizada por el hombre en laboratorio). Una vez producida la fecundación, se forma un fruto o cápsula que tiene miles de semillas que se siembran en medios de cultivos muy ricos en nutrientes, donde van a germinar alrededor del 95%, según la variedad y la madurez de la cápsula. Las plántulas crecen en condiciones controladas durante 6 meses.

Luego entra el proceso de aclimatación, que implica trasladar los frascos con plántulas por lo menos un mes al vivero para su preadaptación. En la ilustración se muestran algunos de los pasos por seguir:

### **ILUSTRACIÓN 1 Proceso del Cultivo in-vitro**



Las orquídeas como producto tienen varias ventajas, entre las cuales cabe destacar el hecho de que su belleza es en sí su valor agregado más fuerte, además de que en general sus precios en el país son muy cómodos.

<sup>7</sup> Tomado de la charla mensual de diciembre del 2005 en la Asociación Costarricense de Orquideología (ACO) impartida por la señora Ana Teresa Valerín.

## Impacto del cultivo de las orquídeas en las exportaciones

No hay datos exactos sobre las exportaciones de plantas de orquídeas desde Costa Rica, ya que la Promotora de Comercio Exterior (Procomer) las contabiliza en conjunto con otro tipo de plantas, bajo la denominación “Exportaciones de plantas, flores y follajes”. Para el 2005, las ventas al exterior de este rubro fueron de \$16,4 millones, para un crecimiento del 4% (Cabezas, 2006).

A partir de los años noventa se inicia un proceso para diversificar los productos de exportación. Los números de las ventas en mercados internacionales de plantas ornamentales han seguido en aumento; como se podrá ver en la Tabla 1, las exportaciones dentro del rubro Plantas, Flores y Follajes aumentaron de \$136.2 millones en el año 2001, a \$170.4 millones en el año 2006.

**TABLA 1**  
**Costa Rica: Evolución de las exportaciones por sector**  
**2001-2005**  
**Millones de US\$**

Sector	2001	2002	2003	2004	2005
Pecuario y pesca	165.1	161.1	167.7	160.5	180.3
<b>Agrícola</b>	<b>1,142.6</b>	<b>1,122.8</b>	<b>1,291.2</b>	<b>1,377.8</b>	<b>1,454.0</b>
Productos frescos	800.9	774.1	774.1	973.2	1,006.7
Café, té y especias	171.5	172.8	172.8	204.8	237.2
Plantas, flores y follajes	136.2	145.5	145.5	165.5	170.4
Otros subsectores	34.0	30.4	198.8	37.2	39.7
<b>Industria</b>	<b>3,732.3</b>	<b>4,010.4</b>	<b>4,663.0</b>	<b>4,742.9</b>	<b>5,366.3</b>
Eléctrica y electrónica	1,315.5	1,413.1	1,953.0	1,765.9	2,120.9
Textiles, cuero y calzado	678.4	730.1	638.5	630.7	616.3
Alimenticia	381.3	447.8	490.1	600.0	641.9
Equipo de precisión y médico	332.4	404.6	533.1	546.8	580.6
Química y farmacéutica	289.3	311.0	356.3	395.5	413.4
Metal-mecánica	114.5	119.0	133.0	173.6	121.5
Plástico	144.0	136.4	128.6	140.1	171.9
Papel y cartón	81.3	84.8	80.1	118.2	122.7
Maderera	31.6	31.6	29.8	34.2	44.6
Muebles	20.1	22.4	19.5	31.3	38.9
Otros subsectores	344.0	309.6	300.9	368.4	402.3
<b>Total</b>	<b>5,040.0</b>	<b>5,294.3</b>	<b>6,121.9</b>	<b>6,281.2</b>	<b>7,000.6</b>

Fuente: PROCOMER.

En el año 2002, se dio un incremento más acentuado de la diversidad de productos que estaban fortaleciendo las exportaciones, como los equipos para infusión, textiles, piña, medicamentos, llantas, aceite de palma y las plantas ornamentales como las orquídeas. Estos fueron denominados los bienes “estrella”, ya que sostuvieron las exportaciones ticas en los primeros ocho meses de aquel año (Barquero, 2002).



La diversificación se convirtió entonces en el pilar de las ventas costarricenses. Eso, desde luego, beneficia la buena imagen del país, que ha contribuido a que grandes empresas, en lugar de reducir su producción, tengan más presencia en esta nación. En la Tabla 2 se puede apreciar la variación porcentual con respecto a las exportaciones de los demás sectores. El rubro de plantas, flores y follajes no necesariamente aumenta con los años, pero varía en un mismo rango porcentual. Unos años crece más que otros con respecto al total de ingresos por exportaciones en el año.

**TABLA 2**  
**Costa Rica: Exportaciones del sector agrícola en porcentajes**  
**2001-2005**

<i>Sector</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>
<b>Pecuario y pesca</b>	3.3%	3.0%	2.7%	2.6%	2.6%
<b>Agrícola</b>	<b>22.7%</b>	<b>21.2%</b>	<b>21.1%</b>	<b>21.9%</b>	<b>20.8%</b>
Productos frescos	15.9%	14.6%	12.6%	15.5%	14.4%
Café, té y especias	3.4%	3.3%	2.8%	3.3%	3.4%
Plantas, flores y follajes	2.7%	2.7%	2.4%	2.6%	2.4%
Otros subsectores	0.7%	0.6%	3.2%	0.6%	0.6%
<b>Industria</b>	<b>74.1%</b>	<b>75.7%</b>	<b>76.2%</b>	<b>75.5%</b>	<b>76.7%</b>
Eléctrica y electrónica	26.1%	26.7%	31.9%	28.1%	30.3%
Textiles, cuero y calzado	13.5%	13.8%	10.4%	10.0%	8.8%
Alimenticia	7.6%	8.5%	8.0%	9.6%	9.2%
Equipo de precisión y médico	6.6%	7.6%	8.7%	8.7%	8.3%
Química y farmacéutica	5.7%	5.9%	5.8%	6.3%	5.9%
Metal-mecánica	2.3%	2.2%	2.2%	2.8%	1.7%
Plástico	2.9%	2.6%	2.1%	2.2%	2.5%
Papel y cartón	1.6%	1.6%	1.3%	1.9%	1.8%
Maderera	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.6%
Muebles	0.4%	0.4%	0.3%	0.5%	0.6%
Otros subsectores	6.8%	5.8%	4.9%	5.9%	5.7%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: PROCOMER.

La demanda del mercado internacional es cada vez más fuerte, y Costa Rica tiene una ventaja competitiva en cuanto a la producción de estas plantas en América Latina. Según comentó Marianela Blanco, gerente de ventas de la empresa Taisuco:

...con la llegada de Taisuco se ha abierto un mercado nuevo que no existía en el país, ni en otro sitio de Centroamérica. ¡Fuimos los primeros! En toda América, Taisuco no tiene competencia en la producción de orquídeas. La competencia para nosotros en Estados Unidos son los proveedores como Tailandia, que venden a un precio más barato. Pero en lo que es este lado del mundo no tenemos competencia (Cabezas, 2006).

Esto ha generado que cada vez más costarricenses consideren el cultivo de orquídeas como una opción para exportar. Según la Tabla 3, elaborada con base en datos proporcionados por PROCOMER, el número de exportadores de orquídeas ha variado y aumentado.

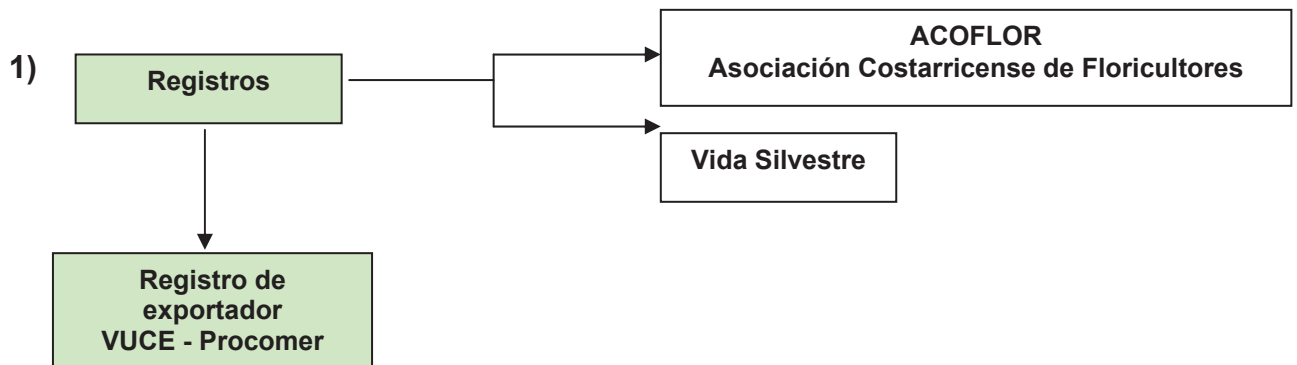
**TABLA 3**  
**Empresas exportadoras de orquídeas**

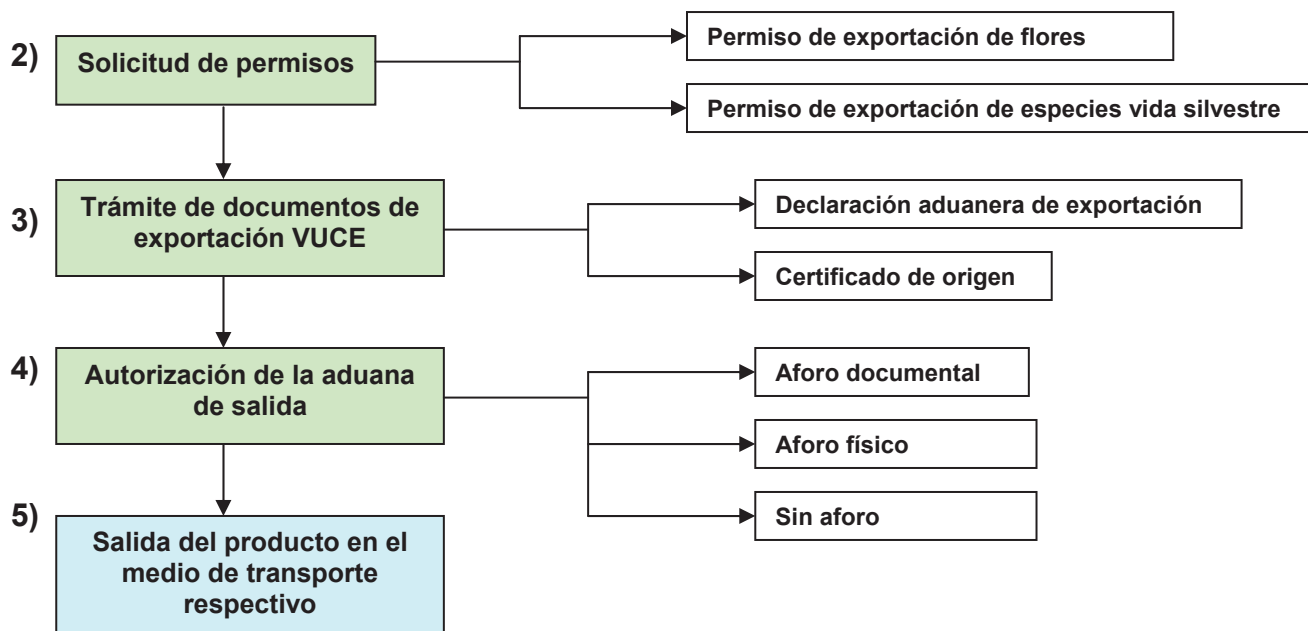
Salida		Exportador
2002	1	COMERCIALIZADORA SIPEX, S.A.
	2	EXPO FLORA, S.A.
	3	H.D.P. ORCHIMEX DE COSTA RICA, S.A.
	4	HELICE S.A.
	5	HIGHLAND HELICONIA, S.A.
	6	INVERSIONES EL ATROCHO S. A.
	7	OMAR VALVERDE PALERMO
	8	RIO TAPEZCO, LTDA.
	9	SERGIO ESPINAL MEJIA
	10	TAISUCO DE COSTA RICA, S.A.
2006	1	AGRIBIOTECNOLOGIA DE COSTA RICA, S.A
	2	CORPORACION COMERCIAL KAMBALICK S.A.
	3	EMPRESAS SANTERRE, LTDA
	4	EXOTICA INTERNACIONAL, S.A.
	5	FLORES Y FOLLAJES DEL CARIBE S.A.
	6	H.D.P. ORCHIMEX DE COSTA RICA, S.A.
	7	HELICE S.A.
	8	KEWI FLOWERS S.A.
	9	OROCOSTA AGROINDUSTRIAL S.A.
	10	PLANTAS LA BONITA S.A
	11	RIO TAPEZCO, LTDA.
	12	T.S.C. ORQUIDEA S.A
	13	WILBER LEITON MARIN

Fuente: Elaboración propia con datos tomado de PROCOMER 2002-2006.

### EL procedimiento para exportar orquídeas

El procedimiento de exportación de estas plantas, al igual que las demás plantas, flores y follajes, puede ser consultado en la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), en donde también se tiene a disposición de los interesados en la página de Internet, un flujograma que puede ser utilizado como guía para aquellos que deseen exportar. A continuación se presentan los pasos por seguir:





De lo anterior, cabe resaltar que trámites como el de Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) pueden también realizarse por Internet, por medio del SIVUCE (Sistema de VUCE), para lo cual debe registrarse como exportador vía electrónica con Procomer. Información detallada sobre los documentos mencionados anteriormente, se puede encontrar en esta institución o en el Ministerio de Comercio Exterior.

Según lo expresó la gerente de ventas de Taisuco (Cabezas, 2006), el secreto de exportar este producto es el seguimiento que se le debe dar desde que sale del vivero hasta que llega a su destino; lo que hay que hacer es crear canales de comunicación constantes. Los datos indican que el embarque más barato de orquídeas en el mercado asciende a US\$ 4.000 y la mayoría se realizan por vía aérea.

### **III. Las orquídeas cultivadas por mujeres miembros de la UNAPRO: su comercialización y exportación**

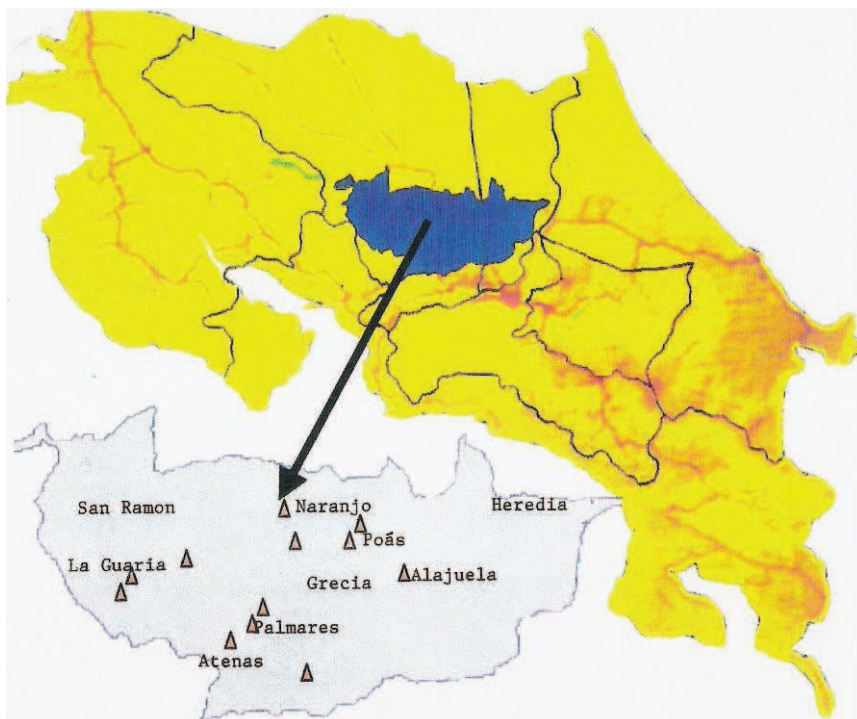
#### **Misión Técnica de Taiwán en Costa Rica: principal aliado de las mujeres**

En el plano internacional existe un fondo llamado el Fondo Internacional de Cooperación y Desarrollo (ICDF, por sus siglas en inglés), que participa en la mayoría de los países en vías de desarrollo brindando ayuda técnica y financiera para mejorar la situación económica de cada país.

En Costa Rica, desde 1971 se firmó el convenio de Cooperación Técnica Agrícola, cuya ejecución se inició en 1972 bajo el nombre de Misión Técnica Agrícola. Posteriormente, en 1980, se extiende la colaboración al campo pesquero y a partir de 1998 se denomina Misión Técnica de Taiwán. Su acción se fundamenta principalmente en la amplia experiencia de los técnicos taiwaneses en los diferentes campos agropecuarios, así como en la motivación y aceptación de actividades, en los campos de granos básicos, hortalizas, porcicultura, acuicultura, fruticultura, floricultura, cultivo de uva, pesca, cultivo y artesanía de bambú, organización, industrialización, mercadeo, comercialización y biotecnología.

Muchas organizaciones lideradas por mujeres, especialmente en las áreas de la floricultura (plantas ornamentales y orquídeas) y fruticultura (guayaba taiwanesa y manzanas de agua), se han beneficiado de esta misión e inclusive han logrado exportar a Centroamérica y Estados Unidos su producción.

**MAPA 1**  
**Zonas de los grupos femeninos en el proyecto de extensión para producción y comercialización de orquídeas**



El objetivo de la Misión es desarrollar nuevas alternativas agroeconómicas para fortalecer una diversificación, que permita mayores y mejores oportunidades de ingreso para la familia rural costarricense. El criterio que utiliza la Misión para brindar su apoyo técnico y financiero es, fundamentalmente que sean grupos que tengan claro su camino y que ya cuenten con un proyecto y organización determinada que facilite la claridad de objetivos y, por lo tanto, los resultados.

En la Ilustración 2, se puede observar parte de uno de los viveros de alta tecnología y diseño, que permiten filtrar la luz y tener las temperaturas adecuadas, construido por la Misión para la UNAPRO.

**ILUSTRACIÓN 2**  
**Vivero Finca Las Palmas, Grecia**



**UNAPRO: visión estratégica**

La Unión de Asociaciones de Mujeres Productoras Rurales del Sector Central Occidental y Rambla, fue inscrita legalmente en el 2003. Las organizaciones que forman parte de esta organización son: Asociación de Mujeres Artesanas de San Isidro de Atenas, Asociación de Mujeres Agroindustriales de San Roque de Naranjo, Asociación de Mujeres Agroindustriales de San Pedro de Trojas de Valverde Vega, Asociación de Mujeres Agroindustriales de Concepción de Naranjo, la Asociación de Pequeños Productores de Río Frío y la Asociación de Mujeres Agroindustriales del Rosario de Naranjo. Esta última estuvo teniendo problemas de producción por lo cual están en proceso de reestructuración.

Desde el 2000, la Dirección Central Occidental del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en conjunto con el Misión China-Taiwán hicieron una propuesta para un proyecto de Producción y Comercialización de Orquídeas a un grupo de mujeres de diferentes comunidades que tenían experiencia en la producción de orquídeas y otras plantas cultivadas en invernadero en forma artesanal y como pasatiempo. Sin embargo, ante la posibilidad de desarrollar un proyecto, se les propuso a las mujeres trabajar en conjunto todos los grupos de la región, y de esta forma se iniciaron las gestiones para conformar una Unión. Las diferentes asociaciones de mujeres son, desde entonces apoyadas técnica y financieramente por varias instituciones (Dirección Central Occidental del MAG y la Misión China Taiwán) y comenzaron a desarrollar el proyecto de producción y comercialización de orquídeas.

## **El plan estratégico 2005-2007**

Según el último plan estratégico facilitado por la señora Iris Fernández, la misión de la unión es:

Somos la Unión de Asociaciones de Mujeres Productoras Rurales del Sector Central Occidental y la Rambla, que constituye el mejoramiento social, cultural, económico, educativo, organizativo y productivo de las organizaciones, afiliadas y comunidades en general. Entre nuestros propósitos están: incrementar la producción, generar valor agregado, comercialización y otros productos y servicios de calidad que protejan el ambiente y generen empleo propiciando el desarrollo para una mejor calidad de vida de las mujeres productoras de la región y sus familias.

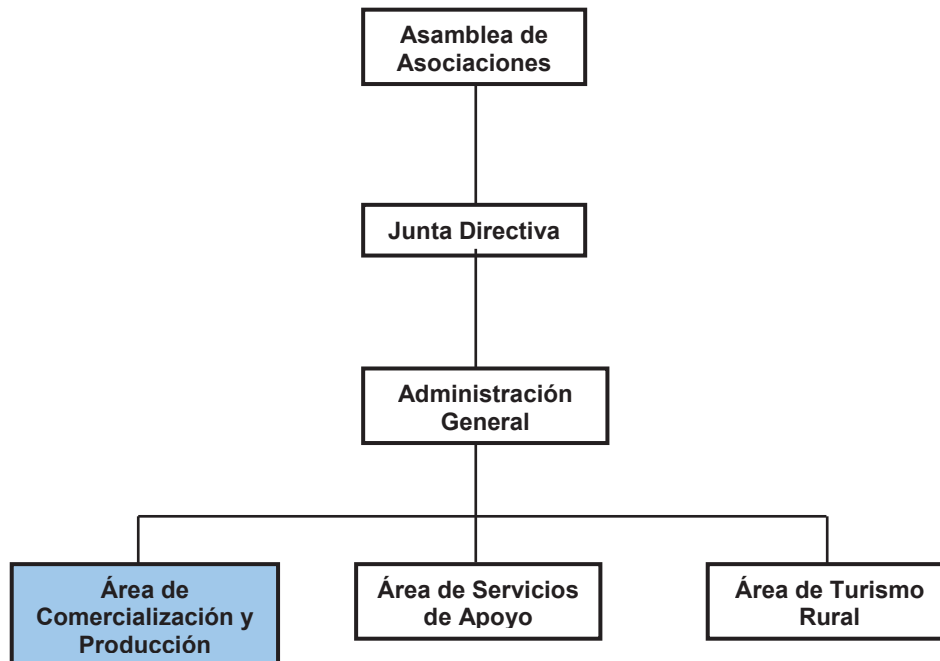
Y la visión:

Ser una organización de visionaria, modelo y líder que impacte en la economía nacional regional y local con una proyección empresarial promoviendo la integración leal entre sus organizaciones afiliadas en procesos de producción con tecnologías de avanzada (ambientes protegidos, diversificación, calidad, inocuidad) y una comercialización orientada hacia un mercado nacional y en el mediano plazo hacia el mercado internacional, con el fin de mejorar la calidad de vida de las familias generando desarrollo en las comunidades y en el país en general.

Enfoque 2007-2010

Para los años venideros, el enfoque de la unión va dirigido primeramente al *desarrollo de un programa de formación académica y técnica para las afiliadas a las organizaciones* y sus familias, para poder transferir el conocimiento y así tener mayores adeptos que permitan un incremento en la producción. Otro de los objetivos a mediano plazo es buscar elementos innovadores que permitan dar un mayor valor agregado a las actividades que desarrollan las organizaciones afiliadas. El último eje relevante dentro del plan de los siguiente 3 años es el *fomento del desarrollo de núcleos de turismo rural alrededor de los proyectos* que desarrollan las organizaciones afiliadas, para poder así tener una comercialización más fuerte.

## ORGANIGRAMA 1 Estructura organizacional de UNAPRO



### Área de Comercialización y Producción

Esta área es la encargada de hacer los estudios de mercado para analizar opciones de comercialización. No se tienen datos actualizados de las últimas investigaciones realizadas en el año 2005, por lo que pareciera ser que ha habido un retraso importante en cuanto al diseño de una estrategia de comercialización. Según una conversación con la señora Celia Campos, representante de AMASIA, una de las asociaciones de UNAPRO, cada asociación vela por la comercialización de sus orquídeas, pocas veces lo hacen conjuntamente. Ella se encarga de manejar las ventas de AMASIA:

Nosotros conseguimos vender gracias a conexiones con hoteles, instituciones públicas y privadas, ferias universitarias como la de la UCR a la cual asistimos todos los años en la Facultad de Agronomía, y la ayuda de la Misión Taiwán. La mayoría de las asociaciones trabaja por su lado en este sentido, ya que es más fácil. Sin embargo el 8 de mayo de este año tenemos una reunión todos los grupos para poder comenzar a trabajar más en conjunto las estrategias.

Además de lo anterior, la Misión de Taiwán está a punto de terminar las negociaciones de la zona con el MAG, para finiquitar la construcción del laboratorio en la finca Las Palmas, lo cual facilitaría material vegetativo para las asociaciones logrando eventualmente aumentar la producción y tener un mayor volumen para acrecentar la oferta.

Bajo un mismo mando se agrupan todas las actividades, habilidades y experiencias requeridas para comercializar la producción de plantas orquídeas y otras ornamentales. Las expectativas de esta área entre otras, son:

- Identificar mercados nacionales e internacionales.
- Realizar y mantener actualizado un análisis sobre el comportamiento y tendencias de mercadeo.
- Establecer propuestas y planes de comercialización o venta.
- Establecer contratos con los clientes y velar por que estos se cumplan.

### **Comercialización y exportación de orquídeas cultivadas por mujeres**

El proceso de comercialización que se da en la actualidad, como lo mencionó la señora Campos, se hace por medio de exposiciones o encargos de conocidos. Se habla también con intermediarios, que luego, en su mayoría, venden a los supermercados. Con la colaboración de instituciones públicas, también se realizan ferias nacionales donde se exhiben orquídeas, cactus y flores tropicales.

Con respecto a la exportación, la señora Iris Fernández comenta que la principal exportación que se realizó una vez, fue con destino a Miami. Comentó que fueron alrededor de 2,500 plantas las que exportaron, lo cual varias asociadas hicieron un esfuerzo para poder cultivar dicha cantidad. Los datos exactos sobre los montos generados por la exportación no son accesibles; no pareciera haber información precisa que puedan compartir acerca de los ingresos totales por comercialización interna, ya que cada asociación lo maneja por separado.

La señora Fernández confirmó que para efectos de exportación, se tienen localizados los nichos de mercado que son: Panamá y Miami. En Panamá es posible que, a pesar de que también tienen orquídeas, se tenga una ventaja comparativa en cuanto al precio se refiere. Cuando logran vender alguna planta, generalmente no cobran más de \$5,000.00, y hay un precio mínimo de \$2,500.00 por unidad, lo cual no les genera mucho dinero.

### **Retos y oportunidades**

La producción de orquídeas no es sencilla, se requieren conocedores en el manejo de esta flor para poder tener un buen resultado. Es por esto, que la cooperación taiwanesa ha sido tan valiosa. El cultivo de orquídeas no solo es un negocio caro, sino realmente muy difícil, como lo afirma Alberto Morales, gerente de la empresa exportadora de flores de orquídeas, Orquimex. Cabezas (2006) menciona que “a las plantas de orquídea les toma cerca de 3 a 4 años empezar a producir flores en cantidades comerciales, y mantener y cuidar miles de plantas creciendo sin producir nada durante tanto tiempo implica un costo muy alto, con el agravante de que Costa Rica tiene costos de mano de obra y cargas sociales mucho más elevados que nuestros competidores”.



Uno de los factores de éxito de una empresa de orquídeas está en el volumen de producción; especialmente si se busca competir a nivel internacional, es indispensable desarrollar economías de escala que permitan así disminuir los costos y tener mejores resultados. Según datos de la empresa Taisuco, las plantas que exporta llegan a más de 16 mercados en todo el mundo. Los mayores importadores son Estados Unidos, México y Canadá; seguido por los países de Centroamérica, Venezuela y Chile, y hasta España en Europa.

El mercado para las orquídeas ha ido creciendo. Las orquídeas reproducidas artificialmente se comercian en enormes cantidades, y constituyen, probablemente, más del 90% del volumen total de orquídeas comercializadas internacionalmente, según datos de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES). El conocimiento de los gustos y preferencias del mercado nacional contrarresta la fuerte competencia de grandes empresas que compiten por precio. Empresas como Taisuco cuentan con viveros, laboratorios y recursos humanos suficientes para lograr sus altos niveles de producción. Por otro lado, están también aquellos productores que incluso ya están vendiendo por Internet, como en el caso de Orquídeas del Bosque.

**ILUSTRACIÓN 3**  
**Laboratorio y Vivero Taisuco**  
**2006**



La Unión debe revisar estas opciones para trazar un plan en el que considere acciones que puedan hacer a las asociaciones más competentes, especialmente ahora de cara a los tratados de libre comercio, tanto con Estados Unidos como con la Unión Europea.

Otros de los aspectos que se mencionan como puntos que se deben desarrollar es la falta de transporte e infraestructura suficiente para manejar el proyecto y una productividad poco efectiva (es necesario mejor calidad y mayor cantidad). Comentaba la señora Iris Fernández, que a pesar de que tienen los nichos de mercado identificados, ni siquiera puede mandar un correo a su

contacto en Estados Unidos o en Panamá, porque en la finca Las Palmas, que es donde ella está actualmente trabajando conjuntamente con la Misión, no cuentan con líneas telefónicas, lo cual implica que no tienen fax ni Internet, esto debido a que el ICE todavía no lo ha instalado por razones técnicas. Igualmente, las trabajadoras de AMASIA no cuentan con un servicio de correo electrónico efectivo el cual sepan utilizar o lo tengan disponible.

Por otro lado, la UNAPRO cuenta con el apoyo de las diferentes instituciones del sector agropecuario, además de acceso a la cooperación en financiamiento y asistencia técnica por parte de las embajadas y organismos internacionales y nacionales. Esto es lo que ha hecho una diferencia, ya que gracias a esta ayuda que muchas mujeres han podido aprender que si se unen y hacen las cosas ordenadas, pueden tener éxito en un pequeño negocio.

Dentro de los proyectos para el 2007, impulsados por la Misión de Taiwán, según el Dr. Tzeng-Huei Wang, jefe de la Misión, están el laboratorio que se construirá en la finca Las Palmas y la ayuda financiera para el desarrollo de mayores niveles de productividad. Ya cuentan con el espacio para el laboratorio y tienen equipo que se mandó a traer a Taiwán para el desarrollo del material vegetativo, que se pondría a disposición de las asociaciones para su desarrollo.

**ILUSTRACIÓN 4**  
**Sra. Iris Fernández**  
**Pieza para el futuro laboratorio en Las Palmas, Grecia**  
**2007**



La idea es que una vez instalado el laboratorio, se traigan plantas madres de Taiwán, para luego reproducirlas por semilla y por meristemo (tejidos embrionarios). Posteriormente, se tendría en el laboratorio la planta madre que luego se reproduce para pasarse a tres etapas de diferentes viveros hasta que se tenga el producto terminado, según comentó el ingeniero Paniagua, colaborador de la Misión. La phaleanopsis es la principal orquídea de producción, porque tiene la ventaja de tener un período de cultivo corto (18 a 20 meses) y una vez vendida el cuidado que debe tener es mínimo.

## IV. Conclusiones

El tema de género ha sido discutido desde hace muchos años, y aunque se piensa en diferentes ámbitos que se vive en una sociedad igualitaria, no es así, principalmente para los sectores rurales. Los más necesitados son los que viven en desigualdad, y este es el enfoque del presente artículo, mostrar un ejemplo de mujeres rurales que se organizaron para comerciar un producto y exportarlo con la colaboración de los especialistas en el campo, en este caso, los taiwaneses. El comercio internacional es un tema que debe ser analizado desde todos los puntos de vista, pero principalmente con respecto al género, ya que las mujeres están empezando a surgir con sus empresas y deben ser tomadas en cuenta.

La comercialización ha sido el objetivo inicial del proyecto de la producción de orquídeas, especialmente desde la perspectiva de cooperación que ha tenido la Misión Técnica de Taiwán. En el nivel nacional, se ha logrado incrementar en los últimos años, gracias a la tenacidad de las mujeres productoras que se han organizado en asociaciones para tratar con los intermediarios (quienes posteriormente venden en supermercados) y vendedores de las zonas en las cuales habitan. También, gracias a la realización de ferias patrocinadas por el MAG, INAMU y CCSS, entre otros, han logrado promocionar su producto.

La UNAPRO, al ser un grupo de mujeres comprometidas con deseos de superación y confianza, ha promovido el intercambio de experiencias con otras organizaciones nacionales (INA, CNP, MAG) e internacionales (Misión Taiwán), y ha logrado así el apoyo brindado por estas instituciones. El conocimiento de gustos y preferencias ha permitido reorientar recursos a la capacitación en aspectos productivos, tecnológicos y de mercados, lo cual ha permitido tener una mayor rentabilidad en cada una de las empresas.

La diversidad de los seis grupos (plantas ornamentales, orquídeas, etc.), ha facilitado el apoyo de las instituciones del sector agropecuario (INA, CNP, MAG e IDA), y otras instituciones que pueden dar un seguimiento en áreas esenciales para el proyecto como son: producción y mercadeo.

Sin embargo, queda mucho trabajo por realizar si se quiere alcanzar el objetivo de comercializar juntas fuera del país. Quedan aspectos por resolver entre los que se pueden mencionar: falta de transporte e infraestructura suficiente para manejar el traslado de las plantas, ya que ahora funciona mucho por medio de camiones del INA, lo cual genera mucha dependencia y productividad poco efectiva, que se refiere al hecho de que hay mucha demanda y no se puede contrarrestar, porque no se puede producir en grandes cantidades.

Por otra parte, como se pudo notar, la producción de orquídeas no es sencilla, se requieren conocedores en el manejo de esta flor. Con respecto a los cursos que ofrece el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) sobre el cultivo de orquídeas, los expertos aseguran que son para personas que ven la actividad como un pasatiempo o para habitantes de las zonas rurales que montan un pequeño negocio a nivel local, pero en todo el país la producción llega a cantidades muy pequeñas. Así que las productoras de orquídeas deben buscar también su conocimiento técnico, especialmente dentro del área de comercialización de la UNAPRO, en las organizaciones de comercio exterior como lo es Procomer.

### **Retos del sector para el 2007.**

Para el presente año, los obstáculos más fuertes a los que se han enfrentado las productoras de orquídeas de la zona de Grecia para el desarrollo de dichas plantas, son la falta de materia prima producida en laboratorio, la necesidad de comprar los demás suplementos orgánicos (fertilizantes y musgos) a proveedores tanto internos como externos y la falta de seguimiento en el proyecto de autoproducción de abono orgánico. Con respecto al material vegetativo, se tiene la solución ya que se está en la última fase de las negociaciones entre los representantes del MAG y los directores de la Misión Técnica de Taiwán, para la construcción del laboratorio dentro de las instalaciones de la Finca Las Palmas (entrada a Grecia).

Con dicho laboratorio se lograría proveer de material por desarrollar no solo a los viveros de la Misión, sino también a las mujeres de la Unión. Con respecto al abono orgánico, solamente existe el realizado por las productoras de otras zonas como Sarapiquí quienes utilizan los cocos (los parten en cuadritos, los secan y los venden), pero es un proceso lento, por lo cual no hay mucha oferta.

Es necesario pensar en grupos que se comiencen a dedicar a este tipo de valores agregados en la misma producción y que se podrían inclusive vender en conjunto con la planta, lo que permitiría aumentar el precio de venta por una buena razón. Con respecto al musgo, actualmente se compra en su mayoría a Chile, y su costo es alto ya que un kilo de musgo cuesta alrededor de \$40.00 según comenta la Sra. Iris Fernández (encargada de los viveros en la Finca Las Palmas). Aquí, especialmente en los cerros, el musgo nace solo, el problema ha sido que nadie se ha dedicado a producirlo, sembrarlo y cuidarlo para luego venderlo. Una recomendación sería disminuir el precio y de esta forma no se necesitaría importar a precios tan altos.

### **Recomendaciones para exportar**

Para todo lo anterior, se debe hacer un análisis financiero del proyecto para poder determinar el monto de la inversión que se requiere, y que pueda ser recuperada en un tiempo prudencial.

Para esto se debe considerar también el precio de la planta, ya que como se vio anteriormente, generalmente no se cobra más de ¢5,000.00 por mata y hay un mínimo de ¢2,500.00, lo cual no genera mucho. Entonces, habrá que retomar el tema de los precios con respecto a los costos.

¿Pueden en estas condiciones las mujeres organizadas del sector rural tener acceso a los mercados internacionales? ¿Cuentan con el apoyo de las instituciones para esto? Hay que llamar la atención de algunas instituciones públicas como el ICE y Procomer, para que ofrezcan una ayuda más enfocada al género, es decir, cursos dirigidos específicamente a grupos de mujeres de manera que se facilite su inserción en la economía y, sobre todo, en la exportación.

Comentaba Iris Fernández y el Dr. Wang (jefe de la Misión Taiwán) que es indispensable lograr tener acceso a Internet, fax y teléfono en las instalaciones de la Finca Las Palmas, pero no se ha logrado por falta de una mayor colaboración del ICE. Hace más de 3 años enviaron la solicitud de las líneas telefónicas y por problemas de acceso en la zona, el ICE no ha logrado solucionar el problema. Mientras tanto, se utiliza el celular de una funcionaria, y si es necesario enviar alguna información deben ir al centro de Grecia (15-20 min.), lo cual desde luego es un atraso en el proceso.

En cuanto al apoyo de PROCOMER, es más en una vía, pues si ellas no buscan informarse, esta institución no va a llegar a ellas. No cuentan con programas de exportadores con enfoque de género, sino que son uniformes para cualquier grupo que llegue y pague la inscripción. Sería recomendable que la Unión se informe mejor para generar un vínculo sobre los programas ofrecidos y busque una forma de financiamiento para adentrarse más en el camino hacia la exportación, los requisitos y demás trámites. Iris Fernández afirma que ya los nichos de mercado en otros países han sido identificados, especialmente en Panamá y Miami, pero que se requiere más información estadística y de mercados. Asimismo, se debe incentivar a la realización de más estudios por parte de organismos internacionales como el IICA y la FAO, sesgados en género, con respecto a la producción y cultivo de orquídeas en Costa Rica.

El camino a la comercialización internacional todavía es largo, se requiere mucha tolerancia y perseverancia para tantas trabas; sin embargo, como mencionó una de las mujeres con más experiencia en el campo: "¡Si una no se pone al corte, el mercado le corre de frente!". Hay mucha demanda así que solo se requiere hacer unos cuantos ajustes en las estrategias de desarrollo y tener una mayor cohesión como grupo. La Unión debe ser más unida, como cuando lograron exportar a Estados Unidos. El esfuerzo debe ser conjunto. De ahora en adelante debe trabajarse en grupo para encaminarse en la ruta del comercio internacional de orquídeas producidas por mujeres.

## Referencias bibliográficas

### Libros

Pérez E., L. (2005). *Las mujeres en la agenda económica y la apertura comercial: El caso de Costa Rica*. San José, Costa Rica: Lara Segura y Asoc.

### Documentos

Cabezas, Silvia. (2006, 1° de septiembre). Exportando belleza natural al mundo. *Actualidad Económica*, #341.

Echeverri-Carroll, E; Brandanza, D. (2001). El libre comercio y las mujeres en las esferas de negocios en América. *Boletín InfoPYME* .Vol 4, octubre del 2001.

Espinosa, I y Renzi, M.R. (2006). *Perfil de Género de la Economía del Istmo Centroamericano (1990-2002)*. Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM). Oficina Regional para México, Centroamérica, Cuba y República Dominicana. México, DF: Imprenta MARCA EC. p. 43.

Instituto Nacional de las Mujeres – INAMU. (2003). El perfil de riesgo de la microempresa de mujeres: una mirada a las mujeres desde su escenario cotidiano. *Colección Teórica N° 3*. San José, Costa Rica: 1° Edición Imprenta Nacional, p. 74.

Parada, S y Morales, C. (2006). *Los efectos potenciales del tratado de libre comercio entre Ecuador y Estados Unidos en las mujeres rurales ecuatorianas*. Unidad de desarrollo agropecuario, CEPAL. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Publicación de las Naciones Unidas, Santiago, Chile. p. 50.

Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. (2003). *Política de género y plan de acción estratégico 2002-2010*. San José, C.R.: SEPSA, p. 18.

### Artículos de Periódico

Anónimo. (1999, 1° de septiembre). Mujeres de acero. *La Nación, Sección Viva Sociedad*, p. 5.

Barquero, Marvin. (2002, 23 de octubre). Diversidad salva exportaciones. *La Nación, Sección Economía*, p. 20.

Gutiérrez W., T. (2001, 23 de febrero). Producción de orquídeas se acrecienta. *La Prensa Libre*, p. 11A.

Kussalanant, C. (2001, 4 de mayo). Taiwanese Orchids: Colorful New Export for C.R. *The Tico Times*, p. 12.

Mora, A.C. (2002, 12 de marzo). Orquídeas con exitoso mercado. *La República, Sección Nacional* p. 10.

Rodríguez, A. (2002, 27 de diciembre). Se basa en el buen trato. Taisuco se dedica a producir orquídeas híbridas para la exportación. *La República, Sección De quién se habla*, p. 15.

Rojas, E. (2004, 23 de marzo). Reactivan cobro de exportación de plantas. La Nación, Sección Economía, p. 17

Vargas J., A. (2003, 27 de octubre al 2 de noviembre). Se prevé más inversión de Taiwán. El Financiero, Sección Inversiones, p. 19.

Bradsher, K. (2004, 4 de setiembre). La orquídea se vuelve una planta doméstica común. La Nación, Sección The New York Times, p. 9.

Camacho S., A.C. (2004, 29 de marzo a 4 de abril). Plan piloto mejoraría acceso de ornamentales a EE.UU. El Financiero N° 45, Sección Negocios / Exportaciones p. 16.

Gómez, A. (2001, 15 de febrero). Buscaban un ingreso sin salir de sus casas y decidieron cultivar orquídeas. Diario Extra, Sección Actualidad, p 19.

### **Páginas de Internet**

Actualidad Económica. (2007). *¿Cómo retornar a la senda del bienestar para el mayor número? Por Juan Diego Trejos Solórzano*. Recuperado el 25 de Febrero de 2007 de [http://www.actualidad.co.cr/307/48.juan\\_diego\\_trejos.html](http://www.actualidad.co.cr/307/48.juan_diego_trejos.html)

Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. UNAM, Distrito Federal: México. (2007). *Todo sobre el género*. Recuperado el 4 de febrero de 2007, de <http://www.ceiich.unam.mx/genero/conapo/genero-1.html#La Teoría de Género>

Comisión Económica para América Latina – CEPAL. (2007). *Competitividad centroamericana Por Jorge Mario Martínez Piva y Enrique Cortés*. Recuperado el 25 de Febrero de 2007, de <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/15454/P15454.xml&xsl=/mexico/tpl/p9f.xsl&base=/mexico/tpl/top-bottom.xsl>

PROCOMER. (2007). *Costa Rica: Estadísticas de Exportación 2005*. Recuperado el 15 de febrero de 2007, de [http://www.procomer.com/est/mercados/libro\\_2005.cfm](http://www.procomer.com/est/mercados/libro_2005.cfm)

PROCOMER. (2007). *Costa Rica: Meta Exportadora 2010-2015*. Recuperado el 10 de febrero de 2007, de <http://www.procomer.com/Documentos/Costa%20Rica%20meta%20exportadora%202010-2015.pdf>

Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica. (2007). *¿Es el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Costa Rica, una oportunidad para las mujeres? Consejo de Mujeres de los 12 puntos, marzo de 2004*. Recuperado el 2 de febrero de 2007, de <http://www.iis.ucr.ac.cr/pagWeb/publicaciones/debate.php>

Banco Popular (2007). *FODEMIPYME*. Recuperado el 27 de febrero de 2007, de <http://www.pyme.go.cr/svs/programas/programa.aspx?id=21>

- PROCOMER. (2007). *Fortalecimiento de Creación de Capacidad Exportadora*. Recuperado el 4 de marzo de 2007, de <http://www.procomer.com/capacitacion/pace.cfm#>
- InfoPyme Noticias sobre la Pequeña y Mediana Empresa en América Latina. (2007). *El libre comercio y las mujeres en las esferas de negocios en América*. Recuperado el 29 de enero de 2007, de <http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/infopyme/archive/octubre01/articulos1001/1.html>
- Instituto nacional de la Mujer- INAMU. (2007). *Sector agropecuario y rural*. Recuperado el 28 de enero de 2007, de <http://www.inamu.go.cr/acciones/derechos-sociales/sector-agropecuario-rural.php#sector>
- Instituto nacional de la Mujer- INAMU. (2007). *Economía un asunto de mujeres*. Recuperado el 28 de enero de 2007, de <http://www.inamu.go.cr/acciones/derechos-sociales/economia-en-asunto-de-mujeres.php>
- Costarican Orchids. (2007). *Las Orquídeas*. Recuperado el 5 de febrero de 2007, de <http://www.costaricanorchids.com/espanol/orquideas.html>
- PROCOMER. (2007). Plantas, Flores y Follajes, *Capacitación sobre competitividad*, Boletín Sectorial. Recuperado el 28 de febrero de 2007, de <http://www.procomer.com/Boletines/paginas/imprimirboletin.cfm?pagina=116>
- Consejo Nacional de Producción. (2007). *Sugerencia de Desarrollo Agropecuario. Servicio de Información de Mercados: Orquídeas*. Recuperado del 28 de febrero de 2007, de [http://www.mercanet.cnp.go.cr/SIM/Frutas\\_y\\_Vegetales/documentospdf/Orqu%C3%ADdeas\\_Oct02.pdf](http://www.mercanet.cnp.go.cr/SIM/Frutas_y_Vegetales/documentospdf/Orqu%C3%ADdeas_Oct02.pdf)
- Ticorquídeas Boletín Diciembre 2005. (2007). *Asociación Costarricense de Orquideología*. Recuperado el 03 de febrero del 2007, de [http://www.ticorquideas.com/informacion\\_escrita.htm](http://www.ticorquideas.com/informacion_escrita.htm)
- Fundación Arias. (2007). *Sobre la UNAPRO*. Recuperado el 4 de febrero del 2007 de <http://www.arias.or.cr/es/vernoticia.php?id=AC828858>
- Universidad de Málaga, EUMED.NET (2007). *Definiciones de economía*. Recuperado el 4 de febrero de 2007, de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/E.htm#economía>

## Entrevistas

- Gutiérrez, K. (2007). *Elia Braun: Encargada de temas de género en el Ministerio de Agricultura y Ganadería – MAG*. Realizada en las instalaciones del MAG en Sabana Sur, el martes 6 de febrero de 2007. Información de contacto: [eliabraun@yahoo.com](mailto:eliabraun@yahoo.com)



Gutiérrez, K. (2007). *Manrique Gómez Paniagua: Ingeniero de la Misión de Taiwán en Costa Rica y técnico de proyectos de cooperación internacional*. Realizada en las instalaciones del Consejo Nacional de Producción en San José Sabana, el miércoles 14 de febrero de 2007. Información de contacto: [manrigomez@yahoo.com](mailto:manrigomez@yahoo.com) Teléfono (506) 256-3230.

Gutiérrez, K. (2007). *Sara Morales: Encargada de Creando Empresarias dentro de la DIGEPYME en el Ministerio de Economía, Industria y Comercio*. Realizada en las instalaciones del Ministerio de Economía, Industria y Comercio en Moravia Los Colegios, el jueves 22 de febrero de 2007. Información Contacto: [smorales@meic.go.cr](mailto:smorales@meic.go.cr) Teléfono (506) 236-2660.

Gutiérrez, K. (2007). *Iris Fernández: Expresidenta de UNAPRO y miembro activa de la Misión Técnica de Taiwán en Costa Rica*. Realizada en la Finca Las Palmas, sede de la Misión en Grecia el viernes 23 de febrero de 2007. Información Contacto: Teléfono (506) 390-3414. [imaferso@yahoo.com](mailto:imaferso@yahoo.com)

Gutiérrez, K. (2007). *Celia Campos: Representante de AMASIA, miembro activa de la UNAPRO*. Realizada por teléfono, el viernes 9 de marzo de 2007. Información Contacto: Teléfono (506) 446-6289 ó 446-4413.

## **Contactos**

*Zamora, Damaris*. Encargada de Capacitación y Mercadeo en PROCOMER. Correo electrónico: [dzamora@procomer.com](mailto:dzamora@procomer.com) Teléfono: (506) 299-4837.

*Palma, Lauren*. Área de Gestión de Políticas Públicas para la Equidad de Género, INAMU. Correo electrónico: [lpalma@inamu.go.cr](mailto:lpalma@inamu.go.cr) Teléfono (506) 253-8066, ext. 226.

*Retana, Leonardo*. Director del Instituto de Comercio Exterior de Costa Rica, CADEXCO. Correo electrónico: [lretana@cadexco.net](mailto:lretana@cadexco.net) Teléfono (506) 280-8033, ext 219.

*Portilla, Melania*. Especialista de Agronegocios en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Correo electrónico: [melania.portilla@iica.net](mailto:melania.portilla@iica.net) Teléfono (506) 216-0222, ext 0501.