

## Concurso 2004

“Sistematización de Experiencias de territorios rurales pobres y tradicionalmente marginados de América Latina y el Caribe que han tenido éxito en vincularse a mercados dinámicos”

Título del proyecto:

**Contra la pobreza y la exclusión: la experiencia de familias rurales en el comercio ambulante de la rosquilla somoteña en Nicaragua.**

Organización coordinadora:

**Instituto de Investigación y Desarrollo  
NITLAPAN** - Universidad Centroamericana  
Nicaragua

Persona responsable:

**Selmira Flores Cruz**  
Dirección postal: A2-42  
Teléfonos: (505) 2784211  
Fax : (505) 2670436  
Email: [comercio@ns.uca.edu.ni](mailto:comercio@ns.uca.edu.ni)  
[secnitla@ns.uca.edu.ni](mailto:secnitla@ns.uca.edu.ni)

Managua, Nicaragua 24 de septiembre 2004

## Resumen Ejecutivo

Sistematizar la experiencia de mujeres y hombres de comunidades rurales del municipio de Yalagüina en el departamento de Madriz en el norte de Nicaragua, en su inserción e intervención en el mercado permitirá conocer si esta estrategia ha funcionado efectivamente para hacer frente a la situación de pobreza y exclusión social al que son sometidas familias rurales de zonas con condiciones agro ecológicas difíciles: sequía, escasa fertilidad de los suelos y pocas oportunidades de obtener empleo remunerado.

La sistematización tiene el propósito de extraer lecciones que puedan ser útiles a diferentes tipos de actores: en primera instancia a quienes participan de la producción y de la comercialización del producto porque pueden reconocerse como actores -aliados claves- de una misma cadena y mejorar sus relaciones diseñando estrategias para hacer crecer la actividad en otros segmentos de mercado. También proporcionará lecciones novedosas a instituciones de gobierno, organizaciones no gubernamentales y agencias de cooperación que diseñan programas, proyectos y políticas para contribuir a luchar contra la pobreza y la exclusión de familias de zonas rurales, una lección probablemente sea que no se necesita pensar en proyectos fuera de lo común, sino reconocer que ya existen procesos en marcha con la gente de actividades de transformación agroindustrial en micro que requieren de apoyo para potenciarlos, capitalizarlos y desarrollarlos. Que la opción para el desarrollo no sólo es cómo lo plantea el gobierno, pensar en la inversión extranjera, sino en atender a esfuerzos que están maniatados por la carencia de otro tipo de políticas y de visiones de desarrollo local.

Estas lecciones novedosas serán producto de: i) identificar los factores internos y externos que han llevado a mujeres y hombres a involucrarse en el comercio como una opción de auto empleo para la generación de ingresos que permitan garantizar el sustento de la familia en la comunidad; ii) reconstruir el tejido social que ellos y ellas van configurando como parte de sus estrategias para ganar terreno en la comercialización y sostenerse en la actividad, iii) explicar los cambios sociales que las familias han tenido, así como los de naturaleza económica y en particular desde la perspectiva de género junto con el potencial que contienen estos cambios para transformar las condiciones de pobreza; y iv) precisar que tan factible es que dichas lecciones tengan fuerza para hacer incidencia política con las autoridades locales.

El cumplimiento de los objetivos se hará a través de la combinación de varios métodos: i) la reconstrucción de la situación inicial en la que se encontraban mujeres y hombres antes de entrar al comercio, así como los factores del contexto ii) un mapeo de la forma de inserción e intervención de mujeres y hombres en el mercado, así como un mapeo de las redes sociales, iii) una evaluación de los efectos que ha tenido su participación en el mercadeo del producto de manera ambulatoria, iv) finalmente una evaluación diagnóstica de la factibilidad de que las lecciones aprendidas de esta experiencia, puedan tener capacidad para influir en los tomadores de decisiones.

La ejecución de la sistematización se ha previsto a un plazo de doce meses a partir del mes de enero del 2005, se ha presupuestado 23,262 dólares de los cuales 15,000 se solicitan como aporte del FONDO, y la diferencia será asumida por el Instituto de Investigación y Desarrollo NITLAPAN, un centro de la universidad centroamericana de Managua, Nicaragua, quien tendrá la responsabilidad de ejecutar la sistematización.

## Antecedentes y Justificación

Recientemente ha emergido una corriente de pensamiento que expresa que se puede lograr que el mercado trabaje para los pobres, lo cual implica entender mejor su dinámica y desde ésta, construir estrategias que ayuden a posicionar a pequeños productores y vendedores de zonas rurales en mejores segmentos de mercado. El mercado indiscutiblemente es un medio donde no solo se generan inequidades, diversas iniciativas parecen probar que puede ser también un medio para ayudar a los más pobres a salir de su situación de pobreza, experiencias de productores organizados para comercializar en cadenas del mercado justo, accedendo directamente a nichos de mercado, evidencian que es posible.

Otras formas de acceso a mercado no inducidas por programas y proyectos, son las iniciativas propias que van teniendo mujeres y hombres en un proceso que les lleva a tejer redes y a tener notoriedad en algunos de los principales lugares públicos de las principales ciudades, así se constituyen los “puertos de montaña” en el interior de comunidades rurales distantes de la ciudad, los típicos días de mercado en pueblos, tanto como la venta ambulante por las calles. En particular ésta última responde a una estrategia de mercadeo personalizado de productos y una entrega directa al consumidor sin mediar con intermediarios que suelen controlar no solo la función, sino también los precios y márgenes de utilidad.

En los últimos seis años, algunas comunidades rurales del norte de Nicaragua, particularmente de los municipios de Yalagüina y Somoto en el departamento de Madriz se han visto afectados por la reducción de puestos de trabajo en el sector público y por el fenómeno de la sequía de manera recurrente - una consecuencia de los cambios climáticos - llevando a la población a mayores niveles de pobreza y a incrementar las tasas de emigrantes hacia Costa Rica y más recientemente hacia El Salvador. No obstante, en ambos municipios existe un producto con identidad territorial (la rosquilla<sup>1</sup>) elaborada por mujeres y que paulatinamente viene recorriendo diferentes lugares del país a través de la comercialización ambulatoria en calles y sitios públicos de las principales ciudades. Actualmente Yalagüina cuenta con 50 centros de producción y la ciudad de Somoto 17, los cuales en su conjunto generan unos 750 empleos directos, siendo Yalagüina el municipio donde la participación de comunidades rurales es altamente significativa, al punto que esta actividad se ha vuelto la principal fuente de ingresos para las familias, y ya no el cultivo de la tierra. Tanto la producción como la comercialización del producto se ha venido desarrollando sin ninguna intervención de programas o proyectos de gobierno o de organizaciones no gubernamentales.

¿Han encontrado realmente mujeres y hombres jefes de familia un mecanismo para luchar contra la pobreza y la exclusión social del sistema que los condena a emigrar de sus comunidades a partir de su integración al mercado de la rosquilla? ¿Desde qué perspectiva, su experiencia puede ser considerada exitosa? Estas son algunas de las preguntas que la sistematización de experiencias buscará responder en el marco del concurso del fondo Minka de Chorlavi.

### 1. ¿Por qué y para quien es importante este proyecto ?

---

<sup>1</sup> especie de dona (donuts) en miniatura elaborada a base de maíz, queso, mantequilla, leche y azúcar que históricamente acompaña al café que toman las familias.

Este proyecto es importante en primera instancia para las mujeres y hombres que trabajan en la comercialización diaria del producto en todo el país, porque podrán reflexionar sobre su experiencia y extraer lecciones de la misma a fin de mejorar su posición o función en el mercado. En segundo lugar será importante para las mujeres que producen las rosquillas porque ellas podrán retroalimentarse a través del capital social que van creando las y los vendedores del producto, el cual les permite vender, ganar y continuar ofreciendo alternativas de auto-empleo a otras personas. En tercer lugar el proyecto beneficiará a las organizaciones no gubernamentales y gubernamentales que recientemente muestran interés en diseñar políticas, programas y proyectos de apoyo al sector, en particular la Alcaldía Municipal y el Instituto de Desarrollo Rural (IDR) como dependencia del gobierno de Nicaragua que busca poner en marcha una estrategia de desarrollo rural productivo, el Servicio Holandés de Cooperación Técnica (SNV) la Alianza Madrid-Madríz con sede en el municipio, la Cooperativa de Ahorro y Crédito FINANCIERA y la Federación de Mujeres Productoras del Campo (FEMUPROCAM) quienes pueden comprender mejor inserción de las familias en la dinámica del mercado y sobre esa base extraer lecciones para ajustar o definir sus políticas, planes y proyectos.

Hasta ahora el esfuerzo de las organizaciones tanto del Estado como de las ONG ha sido excesivamente orientado a la producción pero desvinculada del mercado. La experiencia de mujeres y hombres de las comunidades rurales de Yalagüina muestra que la producción de rosquillas se ha incrementado no porque haya inversión pública, sino porque las vendedoras y vendedores han podido transmitir a las productoras ciertas exigencias de los consumidores en relación al producto, así también se las han ingeniado para colocar y ampliar el mercado del producto a tal punto que hoy, la rosquilla somoteña se encuentra en cualquier parte del país movilizada a través del transporte colectivo y de una red de vendedores que llevan el producto hasta las manos del consumidor.

## 2. ¿Cuáles son los antecedentes previos de este proyecto?

Existen dos antecedentes importantes, el primero corresponde a un Estudio titulado *“Oportunidades para la competitividad de las rosquillas de Yalagüina y valoración de la mujer como actor de la economía local”* auspiciado por ADESO Las Segovias a inicios del presente año, el cual revela la existencia de cambios en las comunidades rurales producto del comercio de la rosquilla. Al estar ubicado en un lugar de zona seca, las familias enfrentan cada vez más dificultades para cultivar la tierra, hecho que les ha llevado a encontrar en el comercio ambulante de la rosquilla un medio de auto empleo, de generación de ingresos y de resistir la tendencia histórica de migración frecuente de familias hacia Costa Rica. La mayor incorporación de familias al comercio ambulante ha provocado un crecimiento de los centros de producción haciendo que hoy día, la rosquilla sea el producto más significativo de dos municipios del departamento de Madriz pero que no termina siendo visto de igual manera por las autoridades municipales, quienes siguen pensando en opciones de cultivo de la tierra en sitios donde la precipitación pluvial es baja y las opciones de riego escasas. La realidad está diciendo a estos municipios que su ventaja competitiva radica en productos con identidad territorial aunque la materia prima no sea cultivada en el lugar y donde las mujeres juegan un rol relevante como actrices de la economía local, aunque permanezcan invisibles a los ojos de quienes definen las políticas de desarrollo rural en el país.

El segundo antecedente es el interés de búsqueda de opciones productivas de agroindustria proclamado por el gobierno en el contexto de la firma de tratados de libre comercio. Unas 150 familias rurales ya han encontrado un mecanismo propio para hacer frente a los problemas de la pobreza a través de una forma de venta que lleva el producto directamente hasta el consumidor en todo el país, sin importar las distancias y la inseguridad de las calles de algunas ciudades. Lo que ahora se requiere es fortalecer esta iniciativa propia que se ha venido construyendo en el tiempo a partir de oportunidades del mercado y no por la formulación de un proyecto pensado desde funcionarios de gobierno o de organizaciones no gubernamentales.

3. ¿Cómo este proyecto complementa o agrega valor a otros proyectos o iniciativas ya en curso?

La sistematización de la experiencia de mujeres y hombres en el comercio ambulante de la rosquilla será un instrumento que servirá de base a las iniciativas de apoyo al sector que buscan desarrollar en concreto el Servicio Holandés de Cooperación Técnica, la Cooperativa de Ahorro y Crédito FINANCIERA, la Alianza Madrid-Madriz y el Instituto de Desarrollo Rural. Si bien la Cooperativa ya presta servicios de crédito a unas 10 mujeres productoras de rosquillas y unos 5 vendedores del producto, considera que el sector debería de disponer de más apoyo crediticio pero precisa mejor información. El IDR ha dispuesto de un proyecto para la construcción de hornos de uso colectivo para aquellas mujeres que no disponen del mismo y se apoyan eventualmente en otras. Por su parte, la Alianza Madrid-Madriz y el Servicio Holandés actualmente están estudiando cómo pueden concretar su colaboración a partir de procesos de organización de las mujeres.

Como puede apreciarse ninguna de las intervenciones pensadas hasta ahora considera entender la dinámica del mercado del producto, aunque es un aspecto clave para valorar la sostenibilidad financiera y social del producto. Por tanto, en la medida en que la sistematización logre explicar el proceso seguido de inserción en el mercado, las estrategias implementadas, las ventajas y desventajas, las innovaciones que se van realizando en los procesos de comercialización por parte de las familias (diferenciando mujeres y hombres), se estará aportando a que cualquier iniciativa de apoyo al sector ya sea desde el punto de vista de tecnología en el proceso productivo, disponibilidad de recursos para inversión, pueda ser sobre la base de lo que el mercado esté demandando y desde la experiencia de las mujeres y hombres en el mismo.

4. ¿Cómo el proyecto está clara y directamente relacionado con el tema de la convocatoria a Concurso del Fondo?

El tema del concurso se refiere a experiencias de territorios rurales pobres y tradicionalmente marginados que han tenido éxito en vincularse a mercados dinámicos, el cual se corresponde directamente con el proyecto propuesto por las siguientes razones:

- Yalagüina (municipio donde tiene lugar la experiencia) tiene una población rural de 5,824 habitantes. Tradicionalmente ha sido un municipio agrícola pero el fenómeno de la sequía se ha vuelto un hecho recurrente.
- Este municipio, según el mapa de la pobreza del país se ubica entre los 31 municipios de pobreza severa y en la zona rural la pobreza extrema alcanza al 84.7% de los

habitantes. La inversión pública (vía presupuesto estatal) no supera los 800,000 córdobas en el año (49,000 dólares) y las recaudaciones fiscales no cubren ni el 30% del presupuesto mensual de la alcaldía municipal, según datos de esta entidad.

- De las 12 comunidades rurales al menos en 6 de ellas existen familias que se dedican a producir rosquillas y otras que comercializan el producto en diferentes partes del país.
- Las familias han encontrado ciertas ventajas para dedicarse a la distribución de las rosquillas en las calles:
  1. **primero**, hay demanda y oferta del producto, pero la mejor forma de asegurar ventas, es entrando en contacto directo con los consumidores en los distintos lugares donde estos se desplazan, el producto llega directo al cliente y así no se comparten ganancias con intermediarios,
  2. **segundo**, no se necesita tener capital de trabajo para iniciar, las productoras de rosquillas entregan el producto en consignación y cubren el costo del transporte<sup>2</sup>, el resto corre por cuenta de quien vende,
  3. **tercero**, se aprende a vender vendiendo, así como de la experiencia de los demás, la escuela es la práctica misma,
  4. **cuarto**, los ingresos se obtienen el mismo día, no es como con el cultivo de la tierra que hay que esperar a sacar la producción, con el riesgo de que no se logre
  5. **quinto** quien vende en las calles, tiene libertad de ganar lo que quiera, depende de su inteligencia, de su conciencia, habilidad con su clientela y de la honestidad en su relación con sus proveedoras.

Los siguientes testimonios también revelan cómo las personas han logrado encontrar una forma de trabajo que les permite obtener ingresos, no han dejado de ser pobres, pero la actividad les representa una opción, estabilidad familiar y un motivo para no emigrar definitivamente de sus comunidades, por el contrario, están contribuyendo al aumento de la producción de rosquillas y a provocar cambios en la localidad:

*“Yo quede mota muy chiquita (huérfana.) y cuando uno es pobre, el mismo hambre lo saca a una y lo impulsa, así fue como yo comencé a vender rosquillas.. Antes solo a la montaña se iba a trabajar, pero a mí no me gustaba ir a los cortes de café. A los siete años fui a vender por primera vez a Ocotol, no era tan difícil vender, pero después uno va viendo como van llegando nuevos vendedores, y así vendiendo fui buscando otros lugares donde no hubiera tantos vendedores y así fue como llegue a Masaya. Muchos años trabajé allí vendiendo, la plaza era buena, hasta que pensé que ya era tiempo de poner mi propio negocio, me case y ahora yo soy hornadora, tengo mi casa y todo el producto que hago lo mando a vender a Masaya donde tengo familiares que venden mis rosquillas.”* (Aguirre M. – Mujer – Comunidad La Esperanza)

*“Hace 7 años estoy vendiendo rosquillas. Entré a esto porque faltaba el dinero, lo que cosechamos es poco y hay veces no sacamos ni para la comida, entonces oí decir que las ventas en León eran buenas, y decidí ir a probar. Mi esposa también comercia las rosquillas, entre los dos nos turnamos las semanas de ventas sobre todo en tiempo de invierno para no descuidar la siembra, una semana voy yo, y otra ella, así nos ayudamos”* (Caldero J.P – varón- Comunidad Salamasí.)

*“Yo tengo 16 años, somos cuatro hermanos y mi mamá. Ella lleva años vendiendo, así ha pagado los estudios de nosotros y cubre los gastos de la casa. Mi mamá lleva a dos de mis hermanas para vender. Ella se ubica en un puesto fijo en la calle y mis hermanas se movilizan con bolsas de rosquillas al menudeo en lugares diferentes pero cercanos al lugar donde está mi mamá, a ella no*

---

<sup>2</sup> Usualmente se utiliza el transporte público y se paga la carga para trasladarlo desde Yalagüina hasta la ciudad de destino.

*le gusta que se vayan muy largo porque en cualquier problema ella las puede ayudar. Yo tengo poco de vender –menos de un mes- todo se ha puesto caro y debo ayudar a mi mamá. Tengo mi propia venta, llevo 50 bolsas de rosquillas, y debo pagar a mi regreso 700 córdobas (43.00 dólares), de eso tengo que cubrir los costos de las ventas y sacar mi ganancia. Mi mamá lleva unos 1500 córdobas de rosquillas (92.00 dólares) (José Manuel).*

Este tipo de iniciativas suelen ser subvaloradas por los agentes que impulsan programas y definen políticas de desarrollo o de lucha contra la pobreza, por ser un producto elaborado en el seno de los hogares y estar en manos de mujeres. No obstante el incremento de la producción y comercialización de rosquilla, también revela cambios en el perfil de familias rurales, muchas de éstas ya no son exclusivamente agrícolas, sino que han incursionado y van ganando experiencia como intermediarios y vendedores en las principales ciudades del país, con lo cual se introducen cambios en la tradición histórica de qué entender por una comunidad rural, vista casi siempre como de naturaleza agropecuaria. Para muchas mujeres jóvenes resulta más atractivo ser vendedora de rosquilla que empleada doméstica, un trabajo que les genera más oportunidades para movilizarse por diferentes lugares, relacionarse con otras personas, conocer otros sitios y ganar más sin estar sometidas a la típica relación de subordinación del trabajo doméstico cuando entran a este tipo de empleo. ¿Qué otros cambios y cómo se están generando en las familias rurales a partir de su integración al comercio? es lo que la sistematización aportará, de ahí la importancia de la misma.

## **Objetivos generales y específicos**

### **Objetivo general:**

Contribuir a desarrollar y fortalecer las capacidades de aprendizaje de diferentes actores sobre iniciativas de desarrollo territorial a partir del vínculo con el mercado, para hacer frente y superar la situación de pobreza y exclusión de familias rurales.

### **Objetivos específicos:**

1. Identificar los factores internos y externos más comunes que llevaron a mujeres y hombres de las comunidades a involucrarse en el comercio ambulante de la rosquilla.
2. Reconstruir el tejido social que mujeres y hombres van configurando como parte de su estrategia para aprovechar oportunidades de mercado que les permita sostenerse en la actividad.
3. Explicar los cambios sociales, económicos y de género que han tenido las familias rurales cuando se involucran en el comercio de la rosquilla, así como el potencial de transformación de las condiciones de pobreza a partir de su incorporación al mercado.
4. Determinar la factibilidad de que las lecciones aprendidas de la experiencia se conviertan en una fuerza capaz de incidir en la formulación de políticas públicas de desarrollo rural al menos en el ámbito del departamento de Madriz.

La forma de concretar estos objetivos en la sistematización se hará a través de la combinación de varios métodos: i) la reconstrucción de la situación inicial en la que se

encontraban mujeres y hombres antes de entrar al comercio, así como los factores del contexto local, municipal y nacional, ii) un mapeo de la forma de inserción e intervención de mujeres y hombres en el mercado, así como un mapeo de las redes sociales que van construyendo como parte de su estrategia para continuar en el negocio, aquí interesa también identificar las ventajas y desventajas que se fueron encontrando en el camino y como han podido enfrentarlas, iii) una evaluación de los efectos que ha tenido su participación en el mercadeo del producto de manera ambulatoria, estos efectos serán evaluados a nivel de la economía familiar, de la situación social de la familia en la comunidad no tanto para determinar si dejaron de ser pobres, sino si logran desechar la ruta que las políticas económicas han impuesto a miles de familias rurales: abandonar el lugar para ir a vender su fuerza de trabajo en el exterior o emigrar definitivamente a la ciudad en búsqueda de opciones de empleo; iv) finalmente una evaluación diagnóstica de la factibilidad de que las lecciones aprendidas de esta experiencia, puedan tener capacidad para influir en los tomadores de decisiones.

Para cada objetivo se ha definido un método de abordaje y una serie de actividades a realizar. También se han identificado a los principales participantes y los resultados que se espera una vez cumplido con el objetivo específico, tal como puede verse en la matriz de la siguiente página. En particular amerita mencionar el hecho de prever la realización de las entrevistas individualizadas a mujeres y hombres que participan de la actividad de comercialización. Debido a la naturaleza de su trabajo (el cual se realiza en las calles y distante de la comunidad donde habitan) resulta más difícil hacerles coincidir en tiempos y días, de ahí que la entrevista personalizada permitirá avanzar sin mayor atraso en la búsqueda de información para la sistematización. Durante estas entrevistas se identificarán los días que puede ser factibles de contar con la mayor participación de mujeres y hombres vendedores en las comunidades de origen, para la realización de los talleres y las discusiones grupales previstas según la metodología.

### Matriz de metodología del proyecto

Objetivo específico	Método	Actividades principales	Participantes	Resultados o productos
Identificar los factores internos y externos más comunes que llevaron a mujeres y hombres de las comunidades a involucrarse en el comercio ambulante de la rosquilla.	Reconstrucción de la situación inicial de las familias antes de entrar al mercado de la rosquilla y los elementos del contexto de ese momento en la comunidad, el municipio y el país.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrevistas individuales a miembros de las familias (mujeres y hombres) con más de 10 años en el mercado de la rosquilla.</li> <li>2. Elaboración de un primer reporte sobre la situación actual y los elementos del contexto.</li> <li>3. Taller sobre el contenido del reporte</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mujeres y hombres comercializadores de rosquillas.</li> <li>- Mujeres productoras.</li> <li>- Equipo a cargo de la sistematización</li> </ul>	1. Identificados las condiciones, causas, factores internos y externos en los cuales se origina la experiencia de comercialización para hacer frente a la situación de pobreza y exclusión de mujeres y hombres de comunidades rurales.
Reconstruir el tejido social que mujeres y hombres van configurando como parte de su estrategia para aprovechar oportunidades de mercado que les permita sostenerse en la actividad.	<p>Mapeo del proceso de inserción e intervención en el mercado y de aprovechamiento de oportunidades.</p> <p>Mapeo de las redes sociales constituidas por mujeres y hombres.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selección de casos más representativos.</li> <li>2. Realización de historias de vida</li> <li>3. Entrevistas individuales a otros actores locales para triangular información.</li> <li>4. Redacción del texto (segundo capítulo)</li> <li>5. Taller para ampliar, corregir o modificar el texto.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mujeres y hombres comercializadores de rosquillas.</li> <li>- Mujeres productoras.</li> <li>- Equipo a cargo de la sistematización</li> </ul>	<p>Descripción y explicación del proceso de intervención de mujeres y hombres en el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lo que hicieron</li> <li>- los métodos o estrategias seguidos (redes, acciones)</li> <li>- los medios materiales en que se apoyaron</li> <li>- los recursos humanos que les apoyaron (fam. amigos...)</li> <li>- los elementos del contexto que facilitaron u obstaculizaron el proceso</li> </ul>
Explicar los cambios sociales, económicos y de género que han tenido las familias rurales cuando se involucran en el comercio de la rosquilla, así como el potencial de transformación de sus	Evaluación de efectos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selección de casos representativos</li> <li>2. Entrevistas a profundidad con los casos seleccionados</li> <li>3. Discusiones grupales</li> <li>4. Redacción del texto correspondiente y evaluación del mismo por parte de mujeres y hombres participantes en el comercio</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mujeres y hombres comercializadores de rosquillas.</li> <li>- Mujeres productoras.</li> <li>- Equipo a cargo de la sistematización.</li> <li>- Líderes de la comunidad</li> </ul>	Un análisis comparativo sobre los cambios en las familias donde mujeres y hombres son jefes de familia enfrentando la situación de pobreza y exclusión social.

Objetivo específico	Método	Actividades principales	Participantes	Resultados o productos
condiciones de vida.				
Determinar la factibilidad de que las lecciones aprendidas de la experiencia se conviertan en una fuerza capaz de incidir en la formulación de políticas públicas de desarrollo rural al menos en el ámbito del departamento de Madriz.	Evaluación diagnóstica	<ol style="list-style-type: none"> <li>Entrevistas a mujeres y hombres que participan de la actividad de comercialización</li> <li>Difusión de resultados de la sistematización entre las principales autoridades municipales y del departamento.</li> <li>Discusión grupal con autoridades locales</li> <li>Elaboración de reporte para incorporarlo al informe final</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres y hombres comercializadores de rosquillas.</li> <li>Mujeres productoras.</li> <li>Equipo a cargo de la sistematización.</li> <li>Líderes de la comunidad</li> <li>Autoridades municipales y departamentales</li> </ul>	Lecciones aprendidas y valoración de las mismas para influir en tomadores de decisiones en el municipio y departamento.

### Cronograma de actividades durante el año 2005

Enero	Marzo	Junio	Julio	Agosto	Octubre	Diciembre	Abril 2006
Inicio de actividades de sistematización  Taller de coordinadores de proyectos ganadores (31 enero)	Culminación del producto 1  (marzo 31)	Culminación del producto 2  (Junio 30)	Presentación de informe de avances del proyecto (15 julio)	Culminación del producto 3  (agosto 31)	Culminación del producto 4  (Octubre 30)	Presentación de informes finales: técnico y financiero (31 dic.)	Conferencia electrónica de síntesis

## Presupuesto Global

El proyecto alcanza un presupuesto de 23,262 dólares con cuatro centavos de los cuales 15,000 corresponderían al aporte del fondo y la diferencia sería asumida por Nitlapán, como organización responsable de ejecutar el proyecto.

<b>Item del gasto</b>	<b>Aporte del fondo</b>	<b>Aporte Nitlapan</b>	<b>Total</b>
Personal (2 personas)	10,257.50	6,762.04	17,019.54
Gastos operativos	3,757.00	-	3,757.00
Gastos administrativos	985.50	-	985.50
Sub total	15,000.00	6,762.04	21,762.04
Imprevistos (10% del Sub T.)		1,500.00	1,500.00
Total	15,000.00	8,262.04	23,262.04

El desglose de los gastos de personal (persona responsable y una asistente) incluye el salario para dos personas, más las prestaciones sociales para todo el período de la sistematización. Los gastos operativos incluyen los costos del trabajo de campo para la realización de entrevistas, talleres, discusiones grupales y organización del proceso para lo cual se han previsto también gastos de viáticos y movilización del personal. Los imprevistos se consideraron a partir del sub total de gastos de personal, operativos y administrativos, pero no serán en ningún caso asumidos por el Fondo, sino por la institución encargada del proyecto, la cual también asume un % de los costos directos para gastos del personal.