

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-LEÓN
Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades
Departamento de Trabajo Social**



“Tesis Para optar al título de Licenciadas en Trabajo Social”

Tema:

Influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

Autores:

**Bra. Yodaly Oralía Beteta Velásquez
Bra. Vanessa Lucila Bolaños Avendaño
Bra. Kenia Massiel Castillo Alaniz
Bra. Karla Ninoska Osorio Sánchez**

Tutora:

Lic. Martha Lorena Ruiz

León, Septiembre de 2010.

“A la libertad por la universidad”

i. Agradecimiento

- Queremos dar gracias en primer lugar a Dios todopoderoso por habernos dado sabiduría para entender las lecciones y experiencias transmitidas por nuestros profesores.
 - A nuestras madres por ser el pilar fundamental para nuestra profesionalización.
 - A nuestra tutora Lic. Martha Ruiz por brindarnos tan calurosa acogida y poner a nuestra disposición sus conocimientos y experiencias llevando a feliz término la culminación de nuestra licenciatura.
 - A las mujeres recolectoras y transformadoras de la semilla de ojoche de la Comarca la Bolsa, Municipio de Chinandega por la disponibilidad que presentaron durante el proceso de investigación.
-

ii. Dedicatoria

- A nuestras madres por el amor dedicación, y apoyo incondicional que nos ha motivado para alcanzar nuestras metas profesionales.
 - A Nosotras mismas por la dedicación y esmero que hemos puesto, durante el proceso de profesionalización hasta la culminación del mismo.
-

Í N D I C E

Contenidos	Págs.
i. Agradecimiento	
ii. Dedicatoria	
Área	
Tema	
Problema	
I. Introducción	1
III. Justificación	2
IV. Objetivos	4
V. Marco Teórico	5
VI. Hipótesis	27
VII. Operacionalización de variables	28
VIII. Diseño Metodológico	30
IX. Resultados	32
X. Análisis de los resultados	37
XI. Conclusión	40
XII. Recomendaciones	41
XIII. Bibliografía.....	43
Anexos	44

Influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

Área:

Socio-cultural

Influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

Tema

Influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

Problema:

¿Qué factores socio-culturales influyen en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, Comarca La Bolsa en el período de Enero a Julio del año 2010?

Introducción

Toda organización necesita tener líderes con actitudes emprendedoras, que sean capaces de hacer realidad la obtención de los objetivos establecidos, en tanto las mujeres son líderes natas, asertivas, se proponen metas desafiantes y claras reconociendo en todo momento sus limitaciones ajustándose a estas para obtener resultados reales y productivos; y por sus múltiples funciones hogar, hijos y trabajo ha desarrollado una gran habilidad para responder a todo eficientemente.

El presente estudio describe la influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de un grupo de mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche de la comunidad La Bolsa, municipio de Chinandega en el periodo de Enero a Julio 2010; basándonos en los componentes de la actitud: cognoscitivo, afectivo y conductual para determinar el tipo de actitud que prevalece en ellas.

Lo que permitirá al lector identificar algunos de los factores por los que todo individuo se ve influenciado a actuar de una manera determinada, aun sin darnos cuenta, por los esquemas sutiles que el patriarcado ha venido imponiendo pese a cualquier nivel de convivencia, o circulo social en el que nos desarrollemos; afectando gradualmente nuestra actitud.

Cabe señalar que a través de la bibliografía utilizada para la realización de este estudio, se pudo observar y plasmar un panorama general de cómo es la actitud que caracteriza a las mujeres de la zona rural y que la sumisión que viven dentro de los círculos a que pertenecen limitan el emprendimiento de actividades económica a escala micro y macro.

I. Justificación

El mayor descubrimiento de cualquier generación es el de que los seres humanos pueden cambiar sus vidas cambiando sus actitudes mentales...Albert Schweitzer

Las mujeres nicaragüenses no solamente representan un poco más de la mitad de la población de Nicaragua, más aún, el aporte de su trabajo ha erigido como pilar fundamental de la economía nacional.

Sin embargo, este aporte ha estado invisible como resultado de la socialización patriarcal que les asignó roles socialmente contruidos y marcadamente diferenciados al de los hombres, provocando en el sector femenino la falta de conciencia sobre el valor económico y social que tiene su trabajo productivo, limitando el desarrollo de una visión más amplia que valla más allá de la economía de delantal.

Situación que influye directamente en la actitud de las mujeres a la hora de tomar y emprender iniciativas que estén en contra de estos patrones, pues se sienten vulnerables ante tal situación.

Es por ello que el presente estudio tiene como propósito describir la influencia que tienen los factores socio-culturales en la actitud de un grupo de mujeres de la zona rural del municipio de Chinandega, que ha venido limitando el emprendimiento de la actividad productiva a la que se ha dedican; como consecuencia de la preponderancia del patriarcado y las limitaciones que este trae consigo.

Pensamos que este estudio tiene mucha importancia y factibilidad, pues depende de cambios de comportamientos y mentalidades retrogradadas que mantenemos hasta nuestros tiempos y por ello consientes o inconscientemente frenamos el desarrollo de nuestras localidades. Lo que como trabajadores sociales nos invita a formular estrategias dirigidas a la disminución del trato diferenciado que recibe la mujer en

nuestro país, además será un referente para reconocer e intervenir en diferentes situaciones que influyen en el ámbito de género.

Para las mujeres traerá consigo la visualización y valoración de los conocimientos que tienen sobre la recolección, transformación y comercialización de la semilla que son una de las fortalezas con las que cuentan como grupo, provocando un impacto en su desarrollo personal.

A través del mismo pretendemos lograr el reconocimiento del potencial de las mujeres por parte de las autoridades competentes e interesadas en la problemática tales como: Asociación de productores técnicos profesionales el fondo para el equilibrio, Nicaragua(APTPEFPEN), Ministerio de Agricultura Forestal (MAGFOR), Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria(INTA) , IDR (Instituto de desarrollo rural), y la Alcaldía Municipal de Chinandega para que trabajen en función de mejorar las actitudes de las mujeres y tecnifiquen en ellas los conocimientos sobre el manejo de la semilla ojoche y en el área de comercialización.

II. Objetivos

Objetivo general:

Identificar los factores socio-culturales que influyen en las actitudes que tienen las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

Objetivos específicos:

1. Describir las características socio-Demográficas que tienen las mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche.
2. Determinar la influencia que tiene la autoestima, misión, visión y cultura patriarcal en las actitudes de las mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche.
3. Establecer la influencia que tienen los conocimientos sobre recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche en las actitudes de las mujeres.

III. Marco teórico

Antecedentes

A través de la fundación para el equilibrio (The equilibrium foundation) surge en Nicaragua en el año 2003 el programa de rescate de conocimientos, recolección y procesamientos de la semilla de ojoche, gracias a la presencia de la norteamericana Ericka Vohman, que había trabajado con el mismo programa en Guatemala en el año 2001.

Ericka quiso iniciar un proyecto productivo involucrando a mujeres rurales muy pobres y el programa de ojoche era ideal para realizar esta meta.

Entonces decidió llamar a Maritza Andino solicitando información sobre el uso, potencialidad, y ubicación de árboles de ojoche; si la gente tenía conocimientos de su utilidad y preparación mediante recetas caseras.

Maritza con apoyo de alumnos de la universidad popular de Nicaragua (UPONIC) Chinandega y líderes comunitarios (Hombres y mujeres) hicieron una investigación rápida, los resultados fueron que habían árboles productivos que podían satisfacer la demanda local y externa. Las zonas micro localizadas fueron San Pedro del Norte, Cinco Pinos, Cosiguina, Complejo volcánico Chongo, San Cristóbal y Casita.

En estos lugares aunque existían árboles no habían conocimientos sobre el valor, el uso y mucho menos sobre elaboración de alimentos y almacenaje de su semilla.

Aledaño al complejo volcánico, Chongo-San Cristóbal, se ubica la comarca La Bolsa a 10 kilómetros al noreste del municipio de Chinandega de donde es nuestra población meta. Las diez mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche fueron uno de los tantos grupos beneficiados por el proyecto antes mencionado debido a sus características sociales, culturales, económicas, demográficas: madres solteras o viudas, escasos recursos, bajo nivel educativo, de zonas rurales y con pocas fuentes de ingresos.

Durante la conformación de los grupos beneficiarios del programa, surgieron problemas de actitudes en las asociadas debido a factores internos y externos provocando la deserción de algunas de ellas, dando pauta al ingreso de nuevos grupos con actitudes más favorables.

A pesar de cumplir con los requisitos antes mencionados fueron las actitudes de estas mujeres determinantes para definir la continuidad del grupo dentro del programa como agentes activos.

La Actitud

La actitud es una forma de respuesta, a alguien o a algo aprendida y relativamente permanente. El término "actitud" ha sido definido como "reacción afectiva positiva o negativa hacia un objeto o proposición abstracto o concreto denotada".

En este sentido, puede considerarse la actitud como cierta forma de motivación social de carácter secundario frente a la motivación biológica de tipo primario, que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas.

Eiser define la actitud de la siguiente forma: predisposición positiva o negativa, aprendida a responder de un modo consistente a un objeto social que conocemos, y formamos actitudes nuevas ante los objetos que para nosotros son también nuevos.¹

En La Psicología Social, las actitudes constituyen valiosos elementos para la predicción de conductas.

Para el mismo autor, la actitud se refiere a hábitos de pensamiento que condicionan nuestras reacciones y nuestra conducta con respecto a un objeto, persona, hecho o situación.

¹ Eiser, Psicología de la educación socio personal, estudio de la influencia de los factores actitudinales y motivacional(1889).

Orígenes de las actitudes

Considerando los diversos factores pensados como causas u origen de actitudes, es evidente que todos indican alguna clase de experiencia. Además, todos sugieren alguna clase de pertenencia a un grupo como factor, sea esta clase de pertenencia libre, como la comunidad, o cerrada, como la familia.

Todos estos factores llegan a integrarse si se piensa que las actitudes, son adquiridas del grupo con el que un individuo se identifica a si mismo. Puesto que esta identificación se produce tempranamente en la vida, se indica que los niños tendrán opiniones y actitudes de acuerdo a la cultura e ideología de sus padres, mucho antes que conozcan los hechos.

Las actitudes son adquiridas y se aprenden, por lo tanto, pueden ser modificadas o cambiadas. La motivación, las necesidades, la autoevaluación, el compromiso, la realización de valores, elevación del nivel de aspiraciones valorales, todo esto se resume en la concepción de las actitudes (integración de componentes cognitivos, afectivos y conductuales), por lo que, el cambio que se registre en uno de estos componentes afecta a toda la estructura de la actitud.

De tal manera se ha llegado a reconocer que el origen de las actitudes radica en factores Bio-Sico-culturales.

Cabe señalar una vez formada el tipo de actitud, es muy difícil que se modifique, ello depende en gran medida del hecho de que muchas creencias, convicciones y juicios se remiten a la familia de origen como ya se había mencionado; Pese a todo, Existen ciertas veces que las actitudes pueden modificarse, obedeciendo a diversos motivos como por ejemplo, una persona puede cambiar de grupo social y asimilar las actitudes de éste.

En efecto, las actitudes pueden haberse formado desde los primeros años de vida y haberse reforzado después. Otras actitudes se aprenden de la sociedad; Por último otros dependen directamente del individuo.

Existen diferentes teorías que intentan explicar la formación de las actitudes.

- **Aprendizaje social:**

Muchas de nuestras perspectivas se adquieren en situaciones en donde interactuamos con los otros o simplemente observamos sus comportamientos. Mediante el modelado los individuos aprenden nuevas formas de comportamientos observando y copiando simplemente las acciones de los demás, que le sirven de modelos.

Según esta teoría, aprendemos actitudes del mismo modo en que aprendemos todo lo demás. Al aprender la información nueva, aprendemos los sentimientos, los pensamientos y las acciones que están en relación con ella.

Esta teoría del aprendizaje concibe a las personas como seres primariamente pasivos, cuyo aprendizaje depende del número y de la fuerza de los elementos positivos y negativos previamente aprendidos.

- **Condicionamiento instrumental:** Los comportamientos que preceden a resultados positivos tienden a reforzarse. Por el contrario, comportamientos que preceden a respuestas negativas se debilitan o finalmente se suprimen.
- **Comportamiento social:** Tendemos a compararnos a nosotros mismos con los otros para determinar si nuestra visión de la realidad es o no la correcta. En la medida en que nuestras opiniones coincidan con la de los demás, concluimos que nuestras ideas y actitudes son exactas.
- **Teorías de la consistencia cognitiva:** Según las teorías de la consistencia cognitiva, la incoherencia entre dos estados de conciencia hace que las personas se

sientan incómodas. En consecuencia, cambian o bien sus pensamientos o bien sus acciones con tal de ser coherentes.

- **Teoría de la disonancia cognitiva:** sostiene que siempre que tenemos dos ideas, actitudes u opiniones que se contradicen, estamos en un estado de *disonancia cognitiva* o desacuerdo. Esto hace que nos sintamos incómodos psicológicamente y por eso tenemos que hacer algo para disminuir esta disonancia.

Otras situaciones que pueden producir disonancia cognitiva son aquellas en las que hacemos algo contrario a nuestras creencias más firmes sobre lo que es correcto y apropiado, cuando sostenemos una opinión que parece desafiar las reglas de la lógica, cuando ocurre algo que contradice nuestra experiencia pasada o cuando hacemos algo que no va con nuestra idea sobre quiénes somos y para qué estamos.

Componentes de la actitud

Toda actitud tiene tres componentes

1. cognoscitivo, (*lo que piensa*)
2. afectivo, (*lo que siente*)
3. conductual, (*nuestro comportamiento*).

Rodríguez lo define de la siguiente manera

- **Componente cognoscitivo:** para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva del objeto. Está formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre este. Los objetos no conocidos o sobre los que no se posee información no pueden generar actitudes.

- **Componente afectivo:** es el sentimiento a favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia principal con las creencias y las opiniones que se caracterizan por su componente cognoscitivo
- **Componente conductual:** es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud.

Tipos de actitudes

Actitudes Favorables: Son las actitudes abiertas que permiten un diálogo y pueden cambiar todos los aspectos. No hay crecimiento en ningún aspecto de la vida física o mental de un individuo que no tenga cambio. Esta forma de actitud se considera "madura" psicológicamente.

Actitudes Desfavorables: Son siempre rígidas, cerradas y resistentes al cambio. Limitan nuestra posibilidad de salir adelante. La gente muy cerrada funciona a este nivel y lógicamente crea tensiones, molestias, conflictos y hasta reacciones con apatía, porque es demasiado rígida y rechaza todo lo nuevo o diferente porque lo considera amenazante.

Las actitudes deben ser objetivas y activas. Algunos ejemplos de actitudes positivas y negativas son; **Actitudes favorables:** La actitud de servicio, La actitud de aprender, La actitud entusiástica, la actitud de comprensión, La actitud tolerante, la actitud de no agresión, La actitud de entrega, La actitud de lealtad, la actitud emprendedora. **Actitudes desfavorables:** Actitud de conformismo, actitud de resistencia al cambio, actitud de sumisión.

Las actitudes son uno de los elementos fundamentales del comportamiento de los individuos, si llegamos a modificar una actitud negativa, educando y formando actitudes positivas, podemos favorecer comportamientos deseables en los diferentes estratos de la sociedad que favorezcan un desarrollo social integral.

Sólo las **actitudes favorables** permiten el desarrollo, porque sólo con ellas se puede mejorar, cambiar, aceptar, por lo tanto podemos convivir agradablemente y trabajar en grupos eficaces, eficientes y productivos.

De esta última se deriva la **actitud emprendedora**; Bandura (1986), que demuestra que los individuos pueden desempeñar mejores roles emprendedores en el transcurso de sus vidas cuando ellos creen en si mismos y en las habilidades y capacidades necesarias para funcionar como tales.

Características que identifican una actitud emprendedora son:

1. Auto-eficacia: Es una variable centrada en el sujeto referida a la percepción de la propia capacidad de ejecución y rendimiento. Se relaciona con el optimismo, la autoestima y la competitividad. Además delimita la relación dada entre las expectativas y los esfuerzos realizados. Indica el grado en que cada uno puede llevar a cabo exitosamente la conducta necesaria para lograr los objetivos que se ha fijado y producir los resultados.

La visibilidad de las experiencias de mujeres crea referencias positivas, las fortalece como sujetos y contribuye a optimizar las iniciativas desde el punto de vista de género.

2. Foco de Control: Entendida como la expectativa generalizada acerca del grado en el cual se posee control sobre los acontecimientos. El término control interno se define como la creencia que tienen las personas sobre que su comportamiento determina lo que les ocurre.

3. Necesidad de logros o fijación de objetivos: Indica una preferencia hacia trabajos difíciles y desafiantes, ya que los individuos con una alta necesidad de logro obtienen satisfacciones derivadas de la búsqueda de metas, lo que les impulsa a superarse constantemente en sus actividades. (McClelland, 1961).²

² McClelland, David. TheAchievingSociety (1961), necesidades motivacionales de McClelland teoría.

Si bien, se espera que las mujeres exitosas emprendedoras exhiban similares características en sus perfiles a partir de un alto nivel de auto eficacia, un alto nivel de control interno, un alto nivel de necesidad de fijarse metas, también se considera que los valores culturales tendrán una influencia relativa en esas características. (Hofstede, 1980; Dorfman & Howell, 1988): Individualismo o colectivismo, la incertidumbre y distancia jerárquica:

4. **Mentores:** Está referido a la importancia brindada a la influencia de terceros en el logro del éxito alcanzado.³

El Autoestima

La Autoestima se desarrolla gradualmente durante toda la vida, empezando en la infancia y pasando por diversas etapas de progresiva complejidad. Cada etapa aporta impresiones, sentimientos e incluso, complicados razonamientos sobre el yo; El resultado es un sentimiento generalizado de valía o de incapacidad.

La seguridad en sí mismo es algo vital para el ser humano, porque gracias a ella puede crecer intelectualmente, reforzar sus lazos afectivos, ser una persona sana mentalmente y sobre todo, ser alguien que a pesar de todas las dificultades que enfrenta diariamente, tiene confianza en sí mismo, ganas de ser mejor que los demás y demostrarse que es capaz de todo, que no existe barrera.

Importancia de la autoestima

El modo en que nos sentimos con respecto a nosotros mismos afecta virtualmente en forma decisiva todos los aspectos de nuestra experiencia, desde la manera en que funcionamos en el trabajo, el amor o el sexo, hasta nuestro proceder como padres y las posibilidades que tenemos de progresar en la vida. Nuestras respuestas ante los acontecimientos dependen de quién y qué pensamos que somos. Los dramas de

³ Adler, 1983; Hofstede, 1980, 1991; Husted et al. 1996; Schlegelmilch y Robertson, 1995; Trompenaars, 1994). El trabajo de Hofstede (1980, 1983, 1984) y sus cuatro dimensiones culturales de individualismo

nuestra vida son los reflejos de la visión íntima que poseemos de nosotros mismos. Por lo tanto, la autoestima es la clave del éxito o del fracaso.

De todos los juicios a que nos sometemos, ninguno es tan importante como el nuestro propio.

La mayor y mejor autoestima es la merecida, la que se basa en logros reales, la que cada uno se gana con su propio esfuerzo y se alimenta con la satisfacción que produce alcanzar nuevas metas por uno mismo.

La autoestima se desarrolla, por tanto, formando el carácter, educando la voluntad: hay que desarrollar los hábitos de esfuerzo, de trabajo bien hecho, de autodominio, de autodisciplina. Hay que favorecer la adquisición de virtudes como la fortaleza, la templanza, la paciencia y la perseverancia.

El tipo de autoestima que tenemos determina lo que hacemos y cómo lo hacemos, lo que obtenemos y dejamos de obtener y nuestra manera de vivir, sufrir y disfrutar.

Una autoestima elevada o sana, está basada en la convicción **personal**, de que:

1. Soy una persona valiosa y
2. soy capaz de enfrentarme a los problemas de la vida.

La autoestima es una actitud ante la vida basada en tres elementos:

1. Mis pensamientos,
2. sentimientos y
3. conductas.

Todos tenemos una autoimagen, que es el resultado de lo que pensamos sobre nosotros mismos. Así decimos, "soy alto", "chaparro", etc.

Una vez formada esta imagen, la calificamos como positiva o negativa, ya sea que la

califiquemos de manera general o cada característica por separado.

El resultado de esta calificación me genera diferentes sentimientos que pueden ser de gusto, satisfacción, disgusto, enojo, etc. y que me hacen actuar de cierta manera que pueden reforzar o debilitar mi nivel de autoestima.⁴

Tipos de autoestima

1. Autoestima positiva.

- Aumenta la capacidad de afrontar y superar las dificultades personales al enfrentarnos a los problemas con una actitud de confianza personal.
- Fomenta la capacidad de adquirir compromisos y por lo tanto de ser más responsables al no eludirlos por temor.
- Potencia la creatividad al aumentar la confianza en nuestras propias capacidades personales.
- Permite establecer relaciones sociales más igualitarias y satisfactorias, al ser más asertivo y enfrentarnos a los conflictos con actitud positiva.

2. Autoestima negativa

- Cuando la autoestima es negativa, nuestra salud se resiente porque nos falta confianza en nosotras mismas para abordar los sucesivos retos que nos presenta la vida desde una perspectiva positiva y esto hace que nuestra calidad de vida no sea todo lo óptima que podría ser.
- Al faltarnos confianza personal, disminuye nuestra capacidad para enfrentarnos a los múltiples problemas y conflictos que se nos presentan en la vida.
- No contribuye a fomentar nuestra creatividad porque no nos sentimos capaces.
- Todas las personas, en todas las edades de la vida, necesitan un mínimo de autoestima bien entendida. La necesitan para confiar en las propias posibilidades y estar así siempre dispuestas a hacer nuevas y mejores cosas, para evitar posibles

⁴ Castillo Ceballos Gerardo; "El desarrollo de la identidad personal"

estados interiores de inseguridad e inferioridad. Nuestra autoestima influye directamente en la actitud que tenemos frente a algo o alguien.

La gente con baja autoestima no sabe separar y ella **es**, lo que **hace**, No **hace** tonterías, **es** tonta. Esto es un error y por eso siente que su autoestima baja. No **hace** tonterías, **es** tonta. Esto es un error y por eso siente que su autoestima baja.

La diferencia principal en los diferentes tipos de autoestima es lo que **pensamos** de nosotros mismos.

La visión y la misión forman parte de nuestra autoestima así que en dependencia de la forma en que nos sentimos, nos plantearemos metas o no, y la forma estratégica de alcanzarlas.

Visión

La visión se refiere a lo que queremos lograr a largo plazo, el lugar en el que quisiéramos estar al cabo de los años. Obviamente, la misión y la visión están muy relacionadas y para poder escribir una visión personal, debemos tener en cuenta la misión.

Visión personal es la declaración del futuro, las preguntas que nos ayudarán son: ¿Quién quiero ser?, ¿Dónde quiero estar?, ¿Qué debo pensar de mí?, a menudo pensamos en el futuro, hacer tú visión no solo te permitirá pensar, si no reconocer que tienes que luchar por alcanzar lo que te has propuesto.

Misión

Es la guía de navegación, los principios y los mecanismos que se utilizarán para cumplir con los objetivos.

La misión personal debe de estar enfocada en el presente, ¿Quién soy?, ¿Dónde estoy?, ¿Qué es lo que pienso de mí?, son algunas de las preguntas que nos ayudan a formular algo más concreto y específico de la situación presente. Es importante

mencionar también la figura del auto-concepto, que es sencillamente, la opinión que tengo de mi persona y lo que quiero que los demás piensen; Esto debe estar incluido dentro de la misión.

Cultura patriarcal

La desigualdad entre los sexos es un impedimento para la reducción de la pobreza y el desarrollo de un país.

Las mujeres y las niñas constituyen las tres quintas partes de los pobres del mundo. Su nivel de pobreza es peor que el de los varones porque existen diferencias patentes entre ambos sexos en lo que respecta a la educación, las oportunidades de empleo y la facultad para adoptar decisiones.

Un gran número de mujeres se dedica principalmente a la agricultura de subsistencia, a microempresas y empresas pequeñas. En la mayor parte de los países en desarrollo, las mujeres representan del 70% al 80% de la fuerza de trabajo agrícola total y producen más del 80% de los alimentos.

Por lo tanto, no es sorprendente que muchas mujeres se dediquen a la elaboración de alimentos, a tejer, a prestar servicios personales, elaborar bebidas y vender comida rápida.⁵

En el sector de la microempresa y la pequeña empresa las mujeres representan a nivel mundial de la cuarta a la tercera parte de la población empresarial total y en las manufacturas representan la tercera parte de la fuerza de trabajo mundial.

Aparte de sus actividades económicas y generadoras de ingresos, las mujeres desempeñan papeles polifacéticos en la sociedad, ya sea como sostén de la familia,

⁵ McKay Matthew y Fanning Patrick. "Prisioneros de las creencias, descubre y cambia las creencias que controlan su vida".

trabajadora familiar no remunerada, persona que presta servicios en la comunidad y madre de familia.

Es necesario diversificar las oportunidades económicas para conseguir una vida mejor. Toda estrategia de crecimiento para reducir la pobreza debe tener como objetivo la creación de una estructura económica compleja y diversificada que debe incluir el desarrollo de actividades económicas no agropecuarias y propiciar la transición de las actividades no estructuradas al sector de crecimiento estructurado.

En todo programa de desarrollo rural se debe combinar el desarrollo de infraestructuras, los servicios de educación y de salud, la inversión en la agricultura y la promoción de actividades rurales no agropecuarias a las que puedan dedicarse las mujeres y la población rural.

A pesar de su importante contribución al desarrollo socioeconómico, las mujeres padecen varias limitaciones que les impiden realizar plenamente su potencial de desarrollo. Los valores culturales y las normas sociales obstaculizan su participación en la sociedad en pie de igualdad. Una de las principales limitaciones a que hacen frente como empresarias es la desigualdad en el acceso a los recursos y servicios productivos, inclusive la financiación y las oportunidades de mejorar sus actitudes; Ciertas disposiciones legales y algunos sistemas legislativos plantean dificultades a la mujer a la hora de adoptar decisiones para desarrollar empresas. Además, su papel reproductor en la familia y en la comunidad las pone en una situación de desventaja para dedicarse a actividades empresariales.

Todos los factores explicativos que se han detectado están relacionados con factores sociales y organizacionales externos ligados a las consecuencias derivadas de la cultura patriarcal, sustentadora de relaciones de poder asimétricas entre hombres y mujeres. La cultura organizativa en el mundo está dominada por valores androcéntricos excluyentes de lo femenino.

El acceso a un cargo de responsabilidad es valorado en el caso de los hombres por su familia y amigos: hay un estímulo y reconocimiento inicial. En el caso de las mujeres no es así: se percibe como un abandono de otras responsabilidades o como una “pérdida de tiempo” y como “meterse en problemas”. Hay menos apoyo emocional y práctico.

La primera; razón histórica, social y cultural que podemos dar de esta se basa en la costumbre social que se convierte en norma a la que todos/as nos sentimos inclinados a amoldarnos para no destacar ni hacernos notar.

Es aquí donde se constatan esas “normas estrictas”, esa presión a la conformidad que funciona para que las mujeres puedan acceder al trabajo en la esfera pública. Aceptar la incursión de la mujer en el terreno de lo público – el mundo laboral- parece necesitar que ese trabajo se asocie con componentes del mundo femenino, con roles de género. Parece que las mujeres siempre están forzadas por la “construcción social del género”.

Tomando en cuenta que el trabajo productivo de la mujer muchas veces es menos visible y menos valorizado que el del hombre, el análisis del trabajo por género debe identificar el tiempo utilizado en diferentes labores, su regularidad, su estacionalidad y localización⁶

El reconocimiento a la contribución de las mujeres en la producción de riquezas y en la promoción del bienestar de las sociedades, implica salir de una lógica patriarcal y monetaria. Ligada a la anterior variable, las influencias ideológicas, que provocan unas consecuencias psicológicas en la mujer de carácter negativo, en función de lo que la sociedad espera de ellas como madres de familia, esposas..., lo cual tiende a generar angustia, ansiedad, por tener sentimientos de abandono hacia la educación de sus hijos/as; Ya que el papel transferido a la mujer ha sido el de madre que no puede ser suplantado por otra figura de apego.

⁶ García-Frías Zoraida Equidad de género y agricultura, su importancia en una época de globalización económica Servicio de Género y Desarrollo Dirección de Género y Población de la FAO.

La segunda razón, tiene que ver con la compatibilización de las responsabilidades familiares con la vida laboral.

Es curioso que, sin embargo, para los hombres a diferencia de las mujeres, la formación y mantenimiento de una familia no supone ningún obstáculo en el ejercicio de una labor profesional en un puesto de trabajo, ya que éstos sólo se plantean una dedicación plena a esta última actividad, delegando en su pareja toda la responsabilidad del cuidado del hogar y de los hijos sin embargo esto no se verbaliza por parte de las mujeres como una imposición social, sino como una elección libre que afecta la necesidad de desarrollar el rol de dirección.

Cabe señalar que después de diversos estudios multidisciplinarios se considera que no es la maternidad o las responsabilidades familiares las barreras en el acceso a los cargos directivos del sector femenino, sino la falta de corresponsabilidad y la escasa participación de los otros miembros de la familia en el cuidado de la familia y del hogar.

El compartir estas tareas en condiciones de igualdad real, no sólo el ayudar al otro o a la otra, en este caso, sí que supondrían un revulsivo para el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad donde pudieran manifestar y hacer prácticos todos sus conocimientos, saberes y habilidades.

El tener que compaginar las tareas y responsabilidades familiares exigiría a los hombres renunciar a una situación de privilegio y de explotación de sus compañeras. Y ésta no es una opción planteable para ellos, pues es una situación muy cómoda, a la que no están dispuestos a renunciar por propia iniciativa. Podemos afirmar que no es que las mujeres rehuyan los cargos laborales formales e informales, es que los hombres rehuyen las responsabilidades familiares.

Una tercera razón tiene que ver con la influencia de la cultura patriarcal de género es con las expectativas que tenemos sobre cómo van a ejercer el cargo de dirección los hombres y las mujeres, dando por sentado que los hombres se ajustarán más al modelo de dirección que esperamos de ellos.

Se perciben siempre mejores expectativas sociales respecto a los hombres en cargos de dirección, por el papel que a lo largo de años y siglos han ejercido, llevando ellos el protagonismo de dirigir, la autoridad. Se da por supuesto que las mujeres lo haríamos peor que los hombres, pues ellos están más acostumbrados y entrenados tradicionalmente para ejercer el poder.

Una cuarta razón tiene que ver con los denominados “rituales de exclusión”. Las mujeres en general, ponen de manifiesto uno de los aspectos ocultos de la cultura patriarcal que domina la cultura organizativa de nuestras elites organizacionales y mas a nivel rural pues los diálogos y discusiones de propuestas de desarrollo comunitario está dominado por el hombre y entre hombres, y esto provoca una marginación hacia el sector femenino.

Otro de los rituales de exclusión más comunes son las ironías humorísticas, “suaves” y sutiles, que se emplean para dirigirse a las mujeres, con un cierto tono amable y condescendiente, casi paternalista: son un tipo de críticas que las “corrigen” amablemente por ser demasiado suaves, o escasamente directivas; Eso sí, siempre en los tonos amigables y jocosos, pero que dejan entrever ese asomo de ironía.

Otra séptima razón o motivo es la falta de modelos de identificación de mujeres en el poder que lo ejerzan con características diferentes a las de los hombres y que se han referentes para otras mujeres.

Esta falta de modelos de identificación, se constata también en el uso tradicional del lenguaje. Pues el propio lenguaje niega esa posibilidad de identificación al no poder poner en femenino determinados cargos.

Estamos en una cultura tradicionalmente tan patriarcal que no nos permite pensar una sociedad en condiciones de igualdad. No hay experiencias, ni referentes, ni tradiciones que nos muestren cómo sería una sociedad organizada paritariamente.

Los argumentos y razones que aducen hombres y mujeres confirman que esta tradición patriarcal impide la conciencia sobre estas discriminaciones indirectas, culturales, en las que crecemos y nos movemos. Es el peso de la cultura, lo que ha dado origen a estereotipos y supuestos falsos, tales como:

1. El estatus social de hombres y mujeres en la familia o la comunidad es igual; por lo tanto, hay igualdad en la toma de decisiones.
2. El jefe de familia siempre es hombre.
3. El jefe de familia responde automáticamente por los intereses de todos los miembros de la familia, ya que la familia es una unidad de producción.
4. La persona en la familia que recibe y decide sobre los recursos productivos e ingresos lo hará siempre en beneficio de toda la familia.
5. Las mujeres se dedican solamente a actividades reproductivas y no realizan trabajo agrícola ni productivo; por lo tanto, no requiere acceso compartido o autónomo a los recursos e insumos productivos.
6. Las actividades reproductivas tienen menos importancia que las actividades productivas porque no son remuneradas.

Esta situación nos lleva a concluir que la desigualdad y discriminación por razón de género es la más oculta de todas, por que se vive como normalidad, y no se cuestiona la normalidad, lo cotidiano. Hemos constatado que la invisibilidad e inconsciencia de la desigualdad pervive independientemente del nivel educativo de las personas. Y que las mujeres que muestran una mayor conciencia de la discriminación de género y lo explicitan se exponen a ser rechazadas o ridiculizadas.

Conocimientos sobre transformación y comercialización de la semilla de ojoche

Las mujeres recolectoras y procesadoras de la semilla de ojoche deben de conocer toda la información relacionada con el árbol de este mismo fruto, para que tengan un mejor manejo de sus propiedades y los distintos usos que se le pueden dar a este recurso natural.

En Nicaragua este árbol lo encontramos principalmente en el bosque húmedo tropical del sector Caribe, y ha sido reportado en otras áreas, como el sector del pacífico, adaptándose a climas semi-húmedos, húmedos y hasta semiáridos.

El árbol de ojoche tiene diferentes utilidades:

- **Alimento Humano:** La pulpa del fruto es comestible y utilizada en la preparación de mermeladas, El látex ha sido utilizado como sustituto de la leche, por su sabor agradable y solubilidad en agua.

Cuando se escasea el maíz, la semilla puede ser molida y mezclada con maíz. Las semillas cocinadas o tostadas son excelentes para alimentación humana por su alto valor nutritivo.

- **Alimento animal:** Sus hojas son muy nutritivas para el ganado, los caballos, las cabras, los cerdos y las ovejas, que comen los frutos cuando estos caen al suelo.
- **Medicinales:** Sus semillas son usadas como galactógenas favoreciendo la producción de leche humana y la infusión de sus hojas son usadas contra afecciones al pecho y asma.

Cabe señalar que estas Cualidades son muy poco conocidas en nuestro país.

Transformación de la semilla de ojoche

Cuando la semilla cae del árbol, trae una cáscara verde que se convierte en el pulpo esta cáscara se quita en el bosque mismo, una vez recolectado todos los frutos se deja secar.

Al secar sale una casulla fina que después se sopla con el aire y se divide la semilla en dos partes. Al secar completamente, la semilla pierde en peso; se necesita tres libras de semilla verde para tener una libra de semilla seca.

Después de varias semanas de secado, las mujeres tienen que tostar la semilla. La semilla la tuestan en un comal, en el fuego, esta técnica es muy parecido a tostar café.

Es muy importante conocer exactamente el punto de tostar, porque cuando está dorado y todavía caliente, tienen que molerlo en el molino.

Esto es un trabajo que requiere mucha fuerza y paciencia ya que en este momento la cáscara de la nuez está muy dura. Normalmente las mujeres muelen las nueces con molino de mano, igual que los molinos que usan para moler maíz, aunque es un trabajo muy arduo.

Una vez que se ha molido la nuez o la semilla, se obtiene un polvo o una harina color café y está es la harina de ojoche, siendo la base para muchos alimentos nutritivos tales como pan dulce de ojoche, Rosquillas, Fresco o licuados, galletas, Sopa de albóndigas, buñuelos entre otros.

Comercialización de la semilla de Ojoche

La comercialización y los mercados locales de productos saludables, nacionales y locales Contraponen la supremacía del mercado para la exportación con la satisfacción de las necesidades nacionales partiendo de la producción local de alimentos en manos de pequeños productores.

Estos mercados solidarios favorecen tanto a los productores como a los consumidores que encuentran espacios de relacionamiento horizontal donde los productos son inocuos, frescos y de buena calidad.

Las ferias del agricultor, los tianguis, el intercambio o trueque, la certificación participativa y los sellos solidarios son algunos ejemplos de experiencias en este eje.

Líneas de Mercadeo y Comercialización

- Comercialización de cereal de ojoche (100 % ojoche).
- Comercialización de poli cereales (tres productos diversificados)
- Comercialización café de ojoche
- Comercialización semilla seca (mercado externo) y verde (mercado local)
- Comercialización de harina de ojoche, para panificación (galletas, rin, panes, pasteles, flan etc.).
- Comercialización de productos derivados de la panificación
- Comercialización de Tortillas
- Comercialización de hojas de ojoche para forraje (productores ganaderos)
- Comercialización de plantas de ojoche (productores y ganaderos).

Conceptos

Actitud: es la forma de actuar de cada persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas.

Actividad productiva: Proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos tales como materias primas, recursos naturales y otros, con el fin de proporcionar aquellos bienes y servicios requeridos para vivir.

Autoestima: es la valoración que damos a nuestros pensamientos, actos, palabras en todos los aspectos de nuestra vida. Es la manera como nos vemos a nosotros mismos y el valor que le damos. (Juanita Zavala)

Comercialización: es un conjunto de actividades relacionadas entre si para cumplir los objetivos de determinada empresa.

Conocimiento: es todo lo que un individuo o una sociedad dados consideran sabido o conocido.

Cultura Patriarcal: son ideologías y comportamientos desvalorizantes hacia la mujer.

Equidad: igualdad en derechos y deberes..

Misión: se puede definir como la guía de navegación, los principios y los mecanismos que se utilizarán para cumplir con los objetivos.

Ojoche: fruto de un árbol del mismo nombre descendiente de la familia de moráceas.

También conocido como Ramón, Ujushte, Ojite, Mojú, Mojo, Ojite, Capomo, Masica, Ujushte, Ramón, Maya Nut y Breadnut

Transformación: hacer cambiar de forma a una persona o cosa, Transmutar una cosa en otra.

Transversalización: con enfoque de género es el proceso de valorar las implicaciones que tiene para los hombres y para las mujeres cualquier acción que se planifique, ya se trate de legislación, políticas o programas, en todas las áreas y en todos los niveles.

Visión: se refiere a lo que queremos lograr a largo plazo, el lugar en el que quisiéramos estar al cabo de los años.

Siglas y sus significados

APTPEFPEN: Asociación de productores técnicos profesionales El fondo para el equilibrio, Nicaragua.

IDR: Instituto de desarrollo rural

IMPYME: Instituto de la micro, pequeña y mediana empresa

INTA: Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria

MAGFOR: Ministerio Agropecuario y Forestal

PROMIPYME: Programa de Apoyo a la Micro, pequeña y mediana empres

IV.Hipótesis

Los factores socio-culturales influyen de manera desfavorable en las actitudes que tienen las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche.

Operalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	-Índices
V.I. Los factores socio-culturales influyen de manera desfavorable.	Agentes determinados por una sociedad y su cultura	Características socio-demográfica	Edad	18-40 41-60
			Estado Civil	Soltera Casada Viuda Unión Libre
			Nivel de escolaridad	Alfabetizado Analfabeto Primaria aprobada Secundaria Aprobada Técnico Universitario
		Autoestima	¿Cómo se describiría usted? ¿Físicamente como se ve? ¿Se siente bien consigo misma? ¿Cómo se siente cuando otras personas le hacen un cumplido, Porque se siente así? ¿Expresa usted sus ideas y sentimientos abiertamente frente a los demás, porque? ¿Cuándo hay problemas en su casa como los enfrenta? ¿Quién los resuelve? ¿Cuando su marido está en desacuerdo con usted, como se siente usted? ¿Se lo hace saber? ¿Cómo? ¿Cuándo enfrenta una discusión y usted tiene la razón la defiende o calla? ¿Por qué? ¿Dentro de su casa toman en cuenta sus ideas, con qué frecuencia?	Aspectos personales cualitativos
		Visión	¿Se considera una persona capaz de crear y alcanzar metas?	
		Misión	¿Que le gustaría lograr en un futuro?	
		Cultura patriarcal	¿Qué está haciendo para lograrlo ¿Qué hace usted durante el día? ¿Qué hace su marido durante el día? ¿Quién es el jefe de la casa? ¿Cuál es el aporte que usted da dentro de su hogar? ¿Lo cree importante? ¿Si se le presenta una oportunidad de trabajo fuera de su casa? ¿La aceptaría?	

Influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

		Conocimientos	En qué meses del año se recolecta la semilla de ojoche	Enero Febrero Marzo, Abril Mayo Junio Julio Agosto Sept. Oct. Nov. Dic.
			¿Cuáles son las características que debe presentar la semilla para ser recolectada	-Color: amarillo rojo verde -Textura: suave duro -Tamaño: grande mediana pequeña
			¿Conoce las utilidades del ojoche? ¿Cuáles?	SI NO Forraje Alimento humano Alimento animal
			¿Para que utiliza usted la semilla de ojoche?	Forraje Alimento humano Alimento animal Ninguna de las anteriores
			¿Utiliza los productos derivados del Ojoche para su consumo? ¿Como los obtiene? ¿Sabe usted que es comercializar?	Si NO Procesa Compra
			¿Ha recibido capacitación sobre esta área?	Si No
			¿Ha elaborado algún plan de negocio para la comercialización de los productos de la semilla?	Si No
			¿Considera usted la recolección y transformación del Ojoche como actividad productiva?	Si No
			¿Que otros grupos consideran esta actividad como productiva	Familia Comunidad Sociedad en General Ninguno de los anteriores
V.D: Actitudes que tienen las mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche.	Comportamiento personal sobre un hecho, situación o actividad determinada	Cognoscitivo	Conocimiento Cultura patriarcal	Favorable Desfavorable
		Afectivo	Autoestima Visión	Favorable Desfavorable
		Conductual	Misión	Favorable Desfavorable

V. Diseño Metodológico

Tipo de estudio:

Considerando la naturaleza de este estudio, se aplicó el enfoque cuali-cuantitativo, porque determinamos los factores que influyen en la actitud que tienen las mujeres sobre la actividad productiva que desempeñan, respondiendo a nuestro objetivo general lo que nos permitió tener una interrelación más fluida con la población de estudio, facilitándonos el análisis de las diferentes causas socio-culturales que intervienen en dicha actitud, dándole una descripción más profunda a nuestra investigación el enfoque cuantitativo que dio a conocer estadísticamente datos específicos que tienen relación con la problemática en estudio.

Según el tiempo de ocurrencia de los hechos y registros de la información:

Nuestro estudio fue prospectivo ya que recopilaremos la información según vayan ocurriendo los hechos.

Según el periodo de secuencia del estudio:

La investigación es de corte transversal, porque estudiamos las variables actitudinales de las mujeres que influyen en su actividad productiva, haciendo un corte en el tiempo, en este caso de Enero-Julio del año en curso.

Según el análisis y alcance de los resultados:

Es descriptivo porque nos permitió identificar los factores socio-culturales que influyen en las actitudes que tienen las mujeres sobre la actividad productiva que desempeñan. Detallando como son y se manifiestan.

Área de estudio: Comarca La Bolsa, ubicada a 10 Km al noreste del Municipio de Chinandega. Colinda con la comunidad de la Mora, San Isidro y comunidad de Belén, aledaño al complejo volcánico Chonco-San Cristóbal

Universo: Corresponde a 10 mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de Ojoche, procedentes de la comunidad la bolsa, del municipio de Chinandega, Nicaragua

Muestra: Por ser nuestro universo pequeño se tomo en cuenta la totalidad de ellas, 10 mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche.

Descripción de la unidad de análisis: 10 mujeres recolectoras, transformadoras y comercializadoras de la semilla de ojoche, habitantes de la comarca La Bolsa, municipio Chinandega.

Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos: Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron la entrevista estructurada y la encuesta, que nos permitió recolectar la información necesaria y precisa para darle respuestas a nuestros objetivos.

Plan de tabulación, procesamiento y análisis: Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos que son la entrevista estructurada en la que establecimos códigos y categorías donde se crearon segmentos de análisis, comparamos cada segmento para obtener los resultados y la encuesta, digitamos y procesamos la información obtenida haciendo un análisis de contenido para las entrevistas, utilizando el programa SPSS para el análisis de las encuestas a través de porcentajes y gráficos. A continuación analizamos los resultados obtenidos para dar respuestas a nuestros objetivos específicos.

Metodología de la investigación, cuarta edición, Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández – Collado, Pilar Baptista Lucio

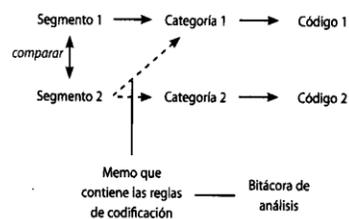


Figura 14.11 Proceso de codificación cualitativa.

VI. Resultados

1. Resultados de la entrevista

Al preguntar cómo se describen las mujeres recolectoras y transformadoras de la semilla de ojoche se describen como: mujeres serias, trabajadoras, responsables, humildes, sencillas, sacrificadas y cooperadoras.

En relación a como se ven físicamente, encontramos que altas, chinas, delgadas, pelo liso, regulares, viejitas, gorditas.

Al preguntarles a las mujeres como se sienten consigo misma podemos observar que se sienten bien, tranquilas, satisfechas, conforme con lo que tienen, a veces bien y a veces mal, pero manifiestan que están bien como están.

Al preguntar cómo se sienten las mujeres cuando otras personas le hacen un cumplido, y Por qué se sienten así, se determinó que avergonzadas, depende de lo que les diga, no sienten nada, les da pena.

A la pregunta si las mujeres expresan sus ideas y sentimientos abiertamente frente a los demás, respondieron, que no porque para decir cualquier cosa mejor no digo nada, aunque de vez en cuando les piden su opinión, hablan cuando tienen que hablar.

Al preguntarles cuándo hay problemas en su casa como los enfrenta y quien los resuelve se encontró que los enfrentan conversando, preguntándole a mi marido que qué vamos a hacer? Pero es el que siempre los resuelve porque él es que manda, en algunos casos los resuelvo yo cuando no son muy graves, en la mayoría de los casos es él, sí porque él es hombre de la casa.

Al preguntar cuándo su marido está en desacuerdo con usted, como se siente las mujeres mencionaron: enojadas, mal, incomodas asustadas, solo escucho para no hacer más grande el problema.

Al indagar cuándo las mujeres enfrentan una discusión y tienen la razón, si la defiende o callan; respondieron: Depende no me gusta entrar en discordia, Callo no me gusta tener enemistades por hacerme ver, mejor me quedo callada porque no sirvo para pelear, a veces Yo le digo lo que Yo pienso, pero si empiezan los pleitos lo dejo así.

A la pregunta si dentro de su casa toman en cuenta sus ideas; las mujeres mencionaron que sí, pero él siempre es el que decide aunque me pregunte, otras mencionan no ser tomadas en cuenta.

En relación a si se consideraban una persona capaz de crear y alcanzar metas mencionaron que sí, el problema son los recursos, creo que si por qué podemos trabajar todavía, pero la situación económica está difícil y ahora todo tiene precio, si pero se tiene que priorizar la familia.

Al preguntar qué le gustaría lograr en un futuro encontramos que desean lograr cosas diferentes como: sembrar hortalizas, sembrar mas, tener su pedazo de tierra y poder trabajar, prosperar teniendo un trabajo, tener su casita, sacar adelante a sus familia.

Se preguntó qué estaban haciendo ellas para lograr sus metas, las mujeres consideran que seguir trabajando, vender sus animales y seguir cosechando, Otras nada.

Al indagar qué hacen las mujeres durante el día, mencionaron que realizan los oficios de su hogar, se levantan temprano a hacer desayuno, lavan, barren la casa, cuidan a los chavalos cocinan y luego algunas de ellas realizan actividades en huertas, lavan ropa ajena, recolectan granos, le ayudan a sus compañeros a trabajar la tierra, venden frutas y verduras de temporada.

A la pregunta qué hace su marido durante el día, mencionan que trabajan la tierra, van a la huerta a trabajar, trabajan de ayudante de albañilería, cuidan los animales que tienen.

A la interrogante quien es el jefe de la casa, respondieron, él, mi marido, mi compañero, el jefe de la casa es mi pareja.

Se preguntó cuál es el aporte que ellas daban dentro de su hogar y si lo consideraban importante, encontramos como aporte el cuidar de la casa y de sus hijos, criar a los animales, atender a sus compañeros; lo consideran su obligación y deber de la mujer mantener las cosas hechas.

Se pregunto si se le presenta una oportunidad de trabajo fuera de su casa, la aceptaría, ellas no la aceptarían, señalando que No porque, ¿quien se quedaría en la casa? a él no le gustaría, no puedo por los chavalos, no me gusta dejar la casa sola, tendría que preguntarle a mi compañero si esta conforme a ver qué me dice.

2. Resultados de Encuesta

2.1 Características socio-demográficas

Al describir las características de las mujeres entrevistadas se determinó que el 80% de ellas pertenecen al grupo de edad de 18 a 40 años, a diferencia del 20% que están en grupo de edad de 41 a 60 años.

El nivel de escolaridad de las mujeres es, 70% primaria aprobado, 20% secundaria, 10% nivel técnico.

El 70% de las mujeres viven en unión libre con su pareja, 20% son solteras, 10% son casadas.

2.2 Conocimiento de Recolección

Los meses del año en que recolectan la semilla de ojoche son, 60% agosto, septiembre y Octubre, 70% septiembre.

Los conocimientos en relación a las características que debe de presentar la semilla para ser recolectada el 80% dijeron que debe de estar de color amarillo, el 20% dice que roja, y el 100% de las mujeres mencionaron que la textura de la semilla debe de ser suave, y de tamaño grande.

El 90% de las mujeres conocen las utilidades de la semilla, el otro 10% desconocen estas utilidades.

De igual forma al preguntarles cuáles eran estas utilidades que conocen de la semilla, se encontró que el 80% mencionan que es para alimento humano y el 70% para alimento animal.

Las mujeres utilizan la semilla de ojoche para: 30% alimento humano, 30% alimento animal y viveros, y un 70% no lo utiliza.

Al preguntar si utiliza los productos derivados del ojoche para su consumo encontramos que el 40% si la utilizan, de este el 40% lo procesan y el 60% lo están comprando y el 60% del total de la población no lo hacen

Conocimiento de Comercialización.

Al preguntarle a las mujeres que es comercializar encontramos que el 50% conocen la actividad, 50% lo desconoce.

El 100% de las mujeres no han recibido capacitación sobre el área de comercialización.

El 20% de las mujeres han elaborado algún plan de negocio para la comercialización de los productos de semillas, el 80% no ha realizado ningún plan.

El 80% de las mujeres considera la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche como actividad productiva, el 20% no.

El 60 %, mujeres expresan que su familia considera la recolección de la semilla de ojoche como una actividad productiva el 50% la comunidad, el 30% la sociedad en general, y un 10% respondió ninguna de las anteriores.

VII. Análisis de los resultados

Al entablar el análisis de los resultados referente a los factores socio-culturales que influyen en las actitudes que tienen las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, municipio de Chinandega comarca La Bolsa se logro crear el siguiente análisis.

Las mujeres mencionan ser capaces de lograr y alcanzar metas por tanto su condición física se los permite, pero su bajo nivel de escolaridad obstaculiza el reconocimiento del potencial con que cuentan, sobre el manejo adecuado de la semilla de ojoche y la remuneración que esto traería consigo.

Las mujeres se describieron como trabajadoras humildes y sacrificadas, físicamente se ven regulares, ni feas ni bonitas, sintiéndose bien consigo mismas; No obstante cuando les hacen un cumplido sienten vergüenza, de igual manera les sucede al expresar sus ideas y sentimientos, limitándose de ello; catalogando estos tipos de impresiones, sentimientos y razonamientos dentro de una Autoestima negativa, según **Eiser, J.R. (1999). En su libro Psicología Social, Madrid: valencia.** Plantea que las influencias ideológicas, provocan consecuencias psicológicas en la mujer de carácter negativo, en función de lo que la sociedad espera de ellas como madres de familia, esposas, lo que afecta la percepción de si mismas.

Las mujeres se consideran capaces de lograr y alcanzar metas por tanto su condición física se los permite, puesto que son mujeres jóvenes y fuertes pero la escasez de recursos limita sus acciones, junto con la falta de confianza en sí mismas, desaprovechando los conocimientos que poseen sobre las utilidades, recolección y transformación de la semilla de ojoche, pese a que la consideran una actividad productiva. Por su parte **Bandura, Albert (1986). La psicología social.** Hace referencia a que los individuos pueden desempeñar mejores roles emprendedores en el transcurso

de sus vidas cuando ellos creen en sí mismos, en las habilidades y capacidades necesarias para funcionar como tales.

La Visión y la Misión de este grupo de mujeres están dirigidas únicamente a la labor reproductiva, Lo que limita las perspectivas de desarrollo dentro de la esfera pública. Ya que culturalmente están establecidos roles genérico que se convierten en normas a los que todos (as) nos sentimos inclinados a amoldarnos para no destacar ni hacernos notar.

Los maridos o compañeros de las mujeres son los que resuelven los problemas, porque son los jefes de la casa, aunque también a veces toman en cuenta las ideas de estas, pero ellos tienen la última palabra. **Mckay Matthew y Fanning Patrick. “Prisioneros de las creencias, descubre y cambia las creencias que controlan su vida”**. Mencionan que este tipo de comportamientos son influenciados por una razón histórica, social y cultural que se convierte en norma a la que todos/as nos sentimos inclinados a amoldarnos para no destacar ni hacernos notar, llamada cultura patriarcal, que ha creado estereotipos y falsos supuestos, encontrándose latentes dentro de los diferentes grupos sociales.

El rol que día a día desempeñan las mujeres gira en función al cumplimiento de la labor doméstica viéndolo como su obligación, perdiendo la percepción y reconocimiento de las actividades remuneradas y no remuneradas que realizan dentro y fuera de sus respectivos hogares (lavar ajeno, recolectar granos, trabajar la tierra, vender frutas y verduras) junto con el aporte que estas proveen, Aunque realizan actividades agrícolas similares a las de sus compañeros. En nuestras sociedades el trabajo productivo de la mujer muchas veces es menos visible y menos valorizado que el del hombre, el análisis del trabajo por género debe identificar el tiempo utilizado en diferentes labores, y la remuneración que esto provee, esto según Dorfman & Howell Individualismo o colectivismo, la incertidumbre y distancia jerárquica.

En su mayoría las mujeres cuentan con conocimientos técnicos sobre la recolección y transformación, de la semilla de ojoche, sin embargo no hacen uso de estos desaprovechando este potencial, prefiriendo optar por la compra del producto del ojoche elaborado que el procesamiento del mismo, lo que demuestra una actitud poco emprendedora hacia la actividad productiva que desempeñan. **McClellan, en su teoría necesidades motivacionales (1961)** dentro de la caracterización de una actitud emprendedora, plantea la Necesidad de logros o fijación de objetivos Indicando una preferencia hacia trabajos difíciles y desafiantes, ya que los individuos con una alta necesidad de logro obtienen satisfacciones derivadas de la búsqueda de metas, lo que les impulsa a superarse constantemente en sus actividades.

Las mujeres tienen conocimientos empíricos de comercialización los que provienen de la cotidianeidad y actividades de subsistencia, siendo un factor determinante para impulsar esta actividad a otro nivel, trayendo consigo una actitud conformista en estas mujeres.

VIII.

Conclusiones

- Los factores que influyen de forma directa en la actitud desfavorable de las mujeres ante la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche son:

Autoestima: Encontrando que es negativa por la percepción que tienen de sí misma, la falta de confianza al reconocer el potencial que poseen, al comunicar sus ideas, al afrontar y resolver problemas, ubicándolas en una situación de sumisión.

Cultura patriarcal: porque ha creado esquemas sociales que minimizan y obstaculizan actitudes emprendedoras en las mujeres, confinándolas a la esfera privada y a los roles reproductivos, provocando consecuencias psicológicas negativas en las mujeres.

Cabe señalar que ambos condicionan los pensamientos, sentimientos y comportamientos de estas mujeres.

- La Visión y la Misión de este grupo de mujeres está dirigida únicamente a la labor reproductiva.
- Las mujeres poseen conocimientos técnicos sobre el manejo adecuado de la semilla de ojoche sin embargo en el área de comercialización estos conocimientos son ambiguos, limitando de esta manera el desarrollo de la actividad productiva, por la falta de formulación de estrategias en esta área.
- El bajo nivel de escolaridad de este grupo de mujeres, obstaculiza la visualización de los conocimientos sobre el manejo de la semilla de ojoche, como una fortaleza del grupo para emprender una actividad productiva con las utilidades de esta semilla.

IX.Recomendaciones

A las autoridades competentes:

A la Asociación de productores técnicos profesionales El fondo para el equilibrio, Nicaragua (APTPEFPEN):

- Para que las estrategias de intervención en función de la mejora en la autoestima de las mujeres, capacidades productivas, liderazgo, organización y educación técnica (Formal y no Formal) se han eficaces y eficientes.

A la Alcaldía Municipal de Chinandega:

- Atravez de la oficina de Cooperación externa, vincular a este sector proporcionando espacios donde desarrollen habilidades y destrezas necesarias para la autogestión.

MAGFOR, INTA, IDR.

- La implementación de Proyectos desarrollo y promoción social que promuevan las iniciativas de emprendedoras rurales, fomentando en ellas la competitividad mejorando los niveles de motivación.

A LAS MUJERES:

- Que participen activamente en los procesos de consulta y toma de decisión que se promueven en la comunidad, para la apropiación de conocimientos que les ayude a salir de la lógica patriarcal.

A los Trabajador@s sociales:

- Que diseñemos estrategias de intervención socio-educativas dirigidas a la disminución de los índices de discriminación que recibe la mujer, en todas las esferas tanto públicas como privadas de nuestro país.

- Apoyar los procesos de organización, gestión y liderazgo en las mujeres.

XII. Bibliografía

1. Bandura, Albert (Universidad de Stanford) , 1986, La psicología social; Cognición; Percepción social; Aspectos sociales.
2. Robert A. Barón y DonnByrnem, Madrid: Prentice Hall. 1998, psicología organizacional y cognición social.
3. Constitución Política de Nicaragua, Programa nacional de equidad de género, Decreto No. 36-2006, Aprobado el 14 de Junio del 2006, Publicado en La Gaceta No 139 del 18 de Julio del 2006.
4. Eiser, Psicología de la educación socio personal, estudio de la influencia de los factores actitudinal y motivacional, 1889.
5. Gibb Jean, 1982, Características personales y mecanismos autorreguladores.
6. Hofstede, 1980; Dorfman&Howell, 1988; Individualismo o colectivismo, la incertidumbre y distancia jerárquica.
7. RecaldeLuis; Libro “Actitudes composición, adquisición y modificación de las actitudes”; 1964.
8. www.wikipedia.com.
9. www.Monografias.com

Anexos

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Somos egresadas de la carrera de Trabajo Social, y estamos realizando la tesis monográfica que mide la **“Actitudes que tienen las mujeres sobre la actividad productiva que realizan en la recolección y transformación de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega en la comarca de La Bolsa.**

Le aseguro que toda la información que me brinde será utilizada bajo estricta confidencialidad, y solamente para fines de investigación. Su participación es totalmente voluntaria y tiene derecho a detener la entrevista en el momento que usted lo determine. Esta entrevista demorará más o menos 10 minutos.

¿Está de acuerdo en ser entrevistado(a)?

Si

No

Certifico que he leído la autorización correspondiente al entrevistado(a).

Firma: _____
Entrevistadora

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Objetivo: Indagar los factores socio-culturales que influyen en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche.

Guía de preguntas

- 1) ¿Cómo se describiría usted?
 - 2) ¿Físicamente, como se ve usted?
 - 3) ¿Se siente bien con sigo misma?
 - 4) ¿Cómo se siente cuando otras personas le hacen un cumplido? ¿Por qué se siente así?
 - 5) ¿Expresa usted sus ideas y sentimientos abiertamente frente a los demás? ¿Por qué?
 - 6) ¿Cuándo hay problemas en su casa como los enfrenta... quien los resuelve?
 - 7) ¿Cuándo su marido está en desacuerdo con usted, como se siente usted? Explique. ¿Se lo hace saber? ¿Cómo?
 - 8) ¿Cuándo enfrenta una discusión y usted tiene la razón, la defiende, o calla? ¿Por qué?
 - 9) ¿Dentro de su casa toman en cuenta sus ideas? ¿Con que frecuencia?
 - 10) ¿Se considera una persona capaz de crear y alcanzar metas?
 - 11) ¿Qué le gustaría lograr en un futuro?
 - 12) ¿Qué está haciendo para lograrlo?
 - 13) ¿Qué hace usted durante el día?
 - 14) ¿Qué hace su marido durante el día?
 - 15) ¿Quién es el jefe de la casa?
 - 16) ¿Cuál es el aporte que usted da dentro de su hogar? ¿Lo cree importante?
 - 17) ¿Si se le presenta una oportunidad de trabajo fuera de su casa? ¿La aceptaría?
-

ENCUESTA

Objetivo: Identificar los conocimientos que tienen las mujeres sobre la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche

I. DATOS GENERALES

Edad ____

Nivel de escolaridad:

Alfabetizado ____

Analfabeto ____

Primaria aprobada ____

Secundaria Aprobada ____

Técnico ____

Universitario ____

Estado Civil:

Soltera ____

Casada ____

Unión Libre ____

Viuda ____

II. CONOCIMIENTOS

1) En qué meses del año se recolecta la semilla de ojoche.

Enero ____ Febrero ____ Marzo ____ Abril ____

Mayo ____ Junio ____ Julio ____ Agosto ____

Sept. ____ Oct. ____ Nov. ____ Dic. ____

2) ¿Cuáles son las características que debe presentar la semilla para ser recolectada?

Color: amarillo ____ rojo ____ verde ____

Textura: suave ____ duro ____

Tamaño: grande ____ mediana ____ pequeña ____

3) ¿Conoce las utilidades del ojoche?

SI ____ NO ____

¿Cuáles?

Forraje ____

Alimento humano ____

Alimento animal ____

4) ¿Para que utiliza usted la semilla de ojoche?

Forraje ____

Alimento humano ____

Alimento animal ____

Vivero ____

Ninguna de las anteriores ____

5) ¿Utiliza los productos derivados del Ojoche para su consumo?

Si _____ NO _____

-¿Como los obtiene?

Procesa _____

Compra _____

COMERCIALIZACION

1) ¿Sabe usted que es comercializar?

SI _____ NO _____

2) ¿Ha recibido capacitación sobre esta área?

SI _____ NO _____

3) ¿Ha elaborado algún plan de negocio para la comercialización de los productos de la semilla?

SI _____ NO _____

4) ¿Considera usted la recolección y transformación del Ojoche como actividad productiva?

SI _____ NO _____

5) Que otros grupos consideran esta actividad como productiva

Familia _____

Comunidad _____

Sociedad en General _____

Ninguno de los anteriores _____

GRAFICAS

Características socio - Demográficas

Grafico 1

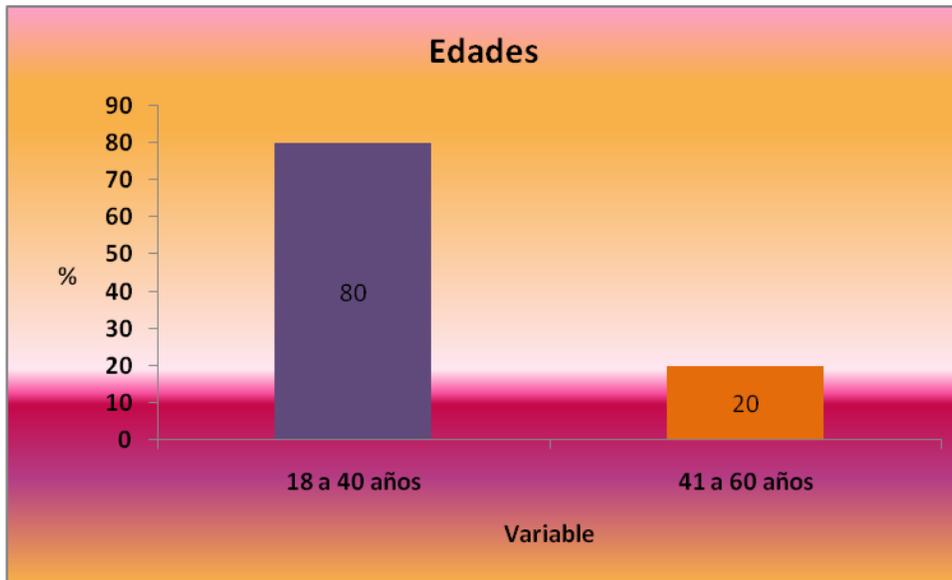


Grafico 2

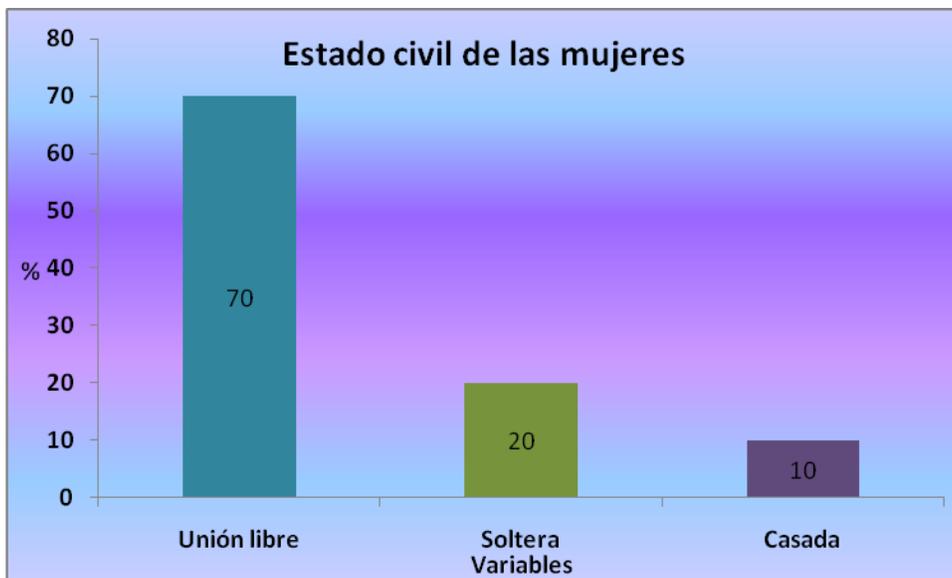


Grafico 3

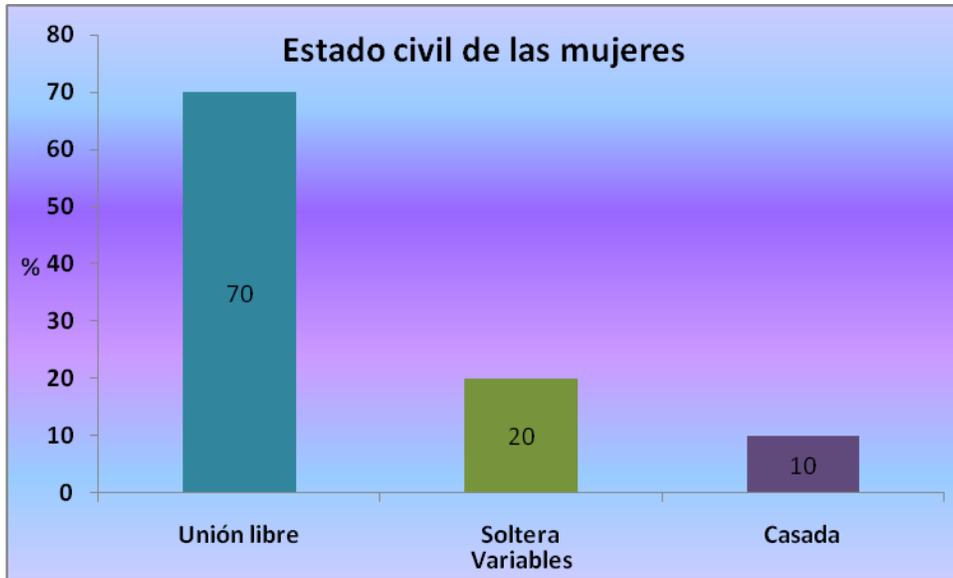


Grafico 4

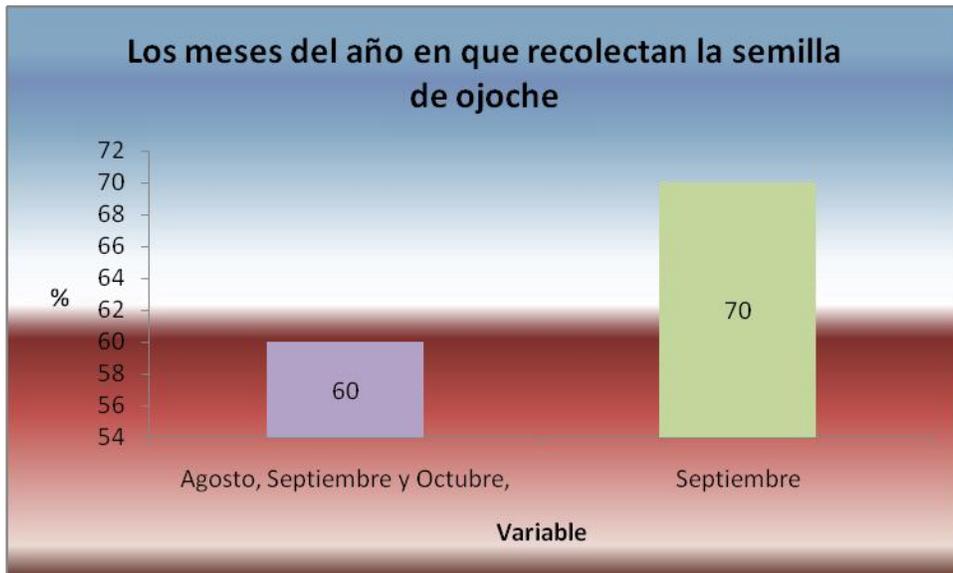


Grafico 5

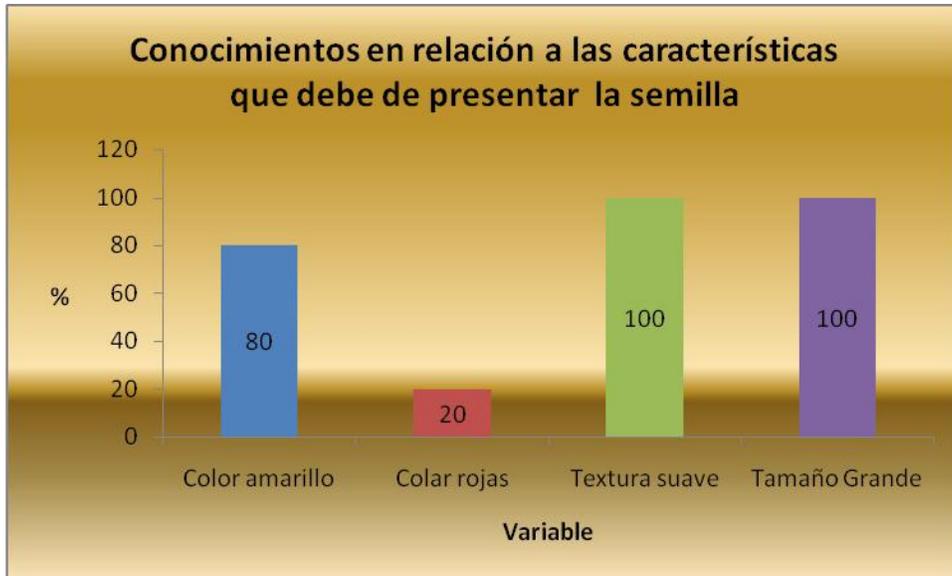


Grafico 6

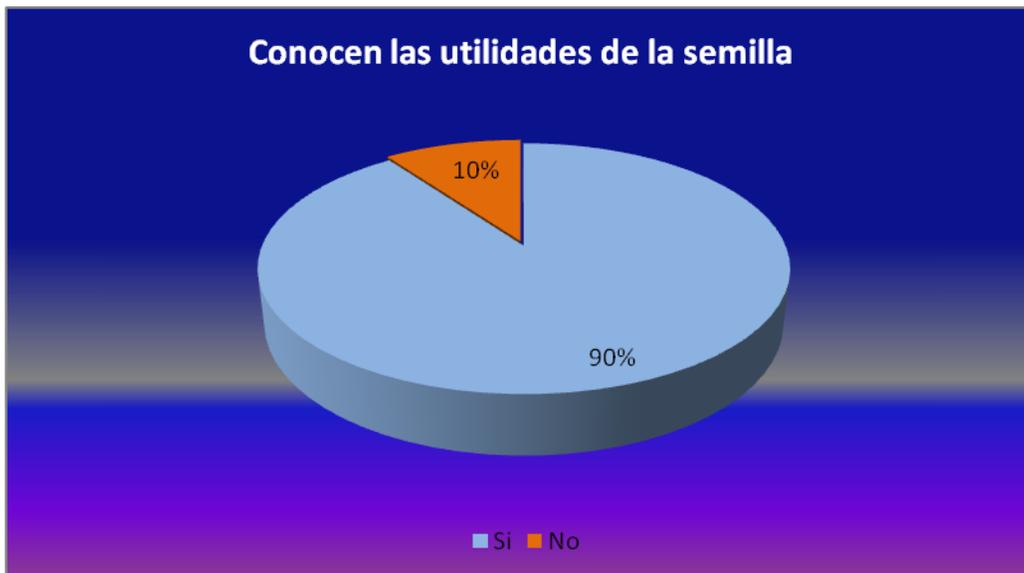


Grafico 7

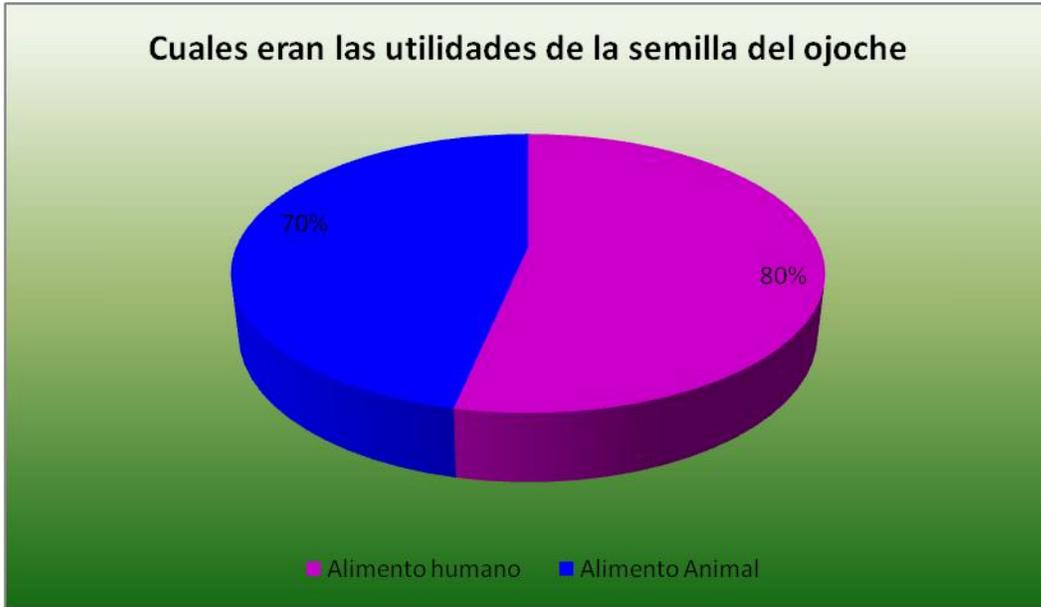


Grafico 8

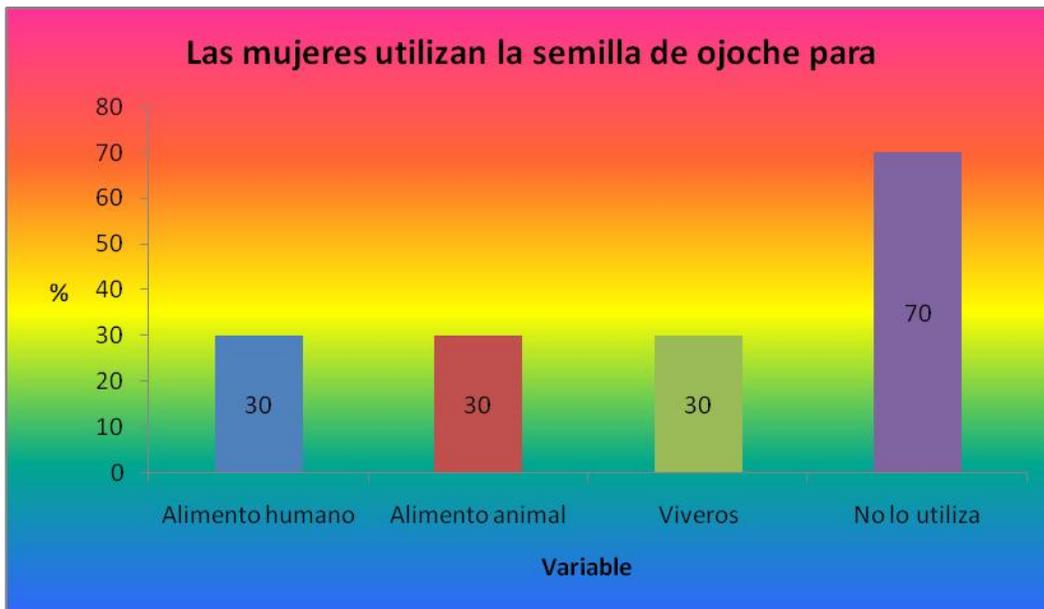


Grafico 9

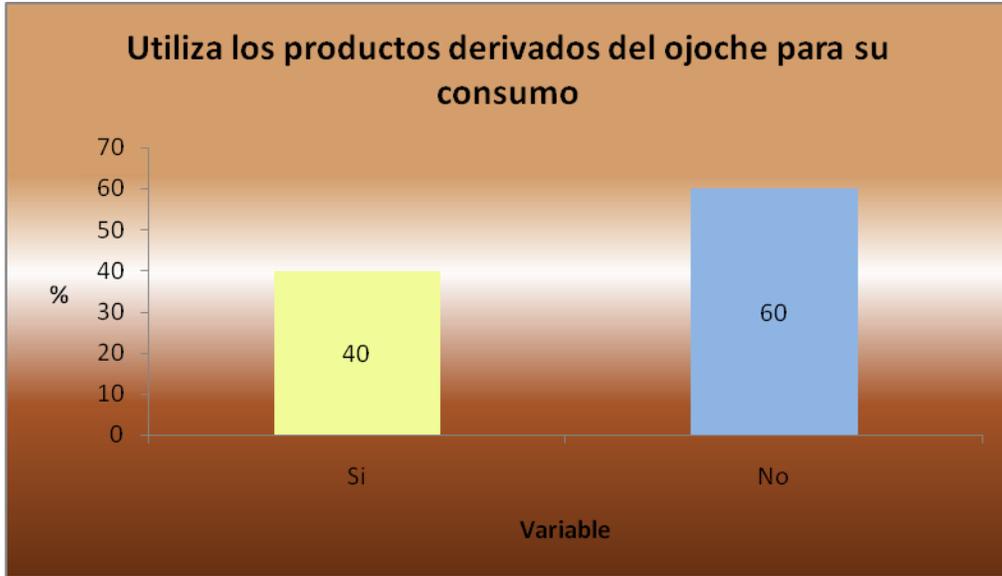


Grafico 10

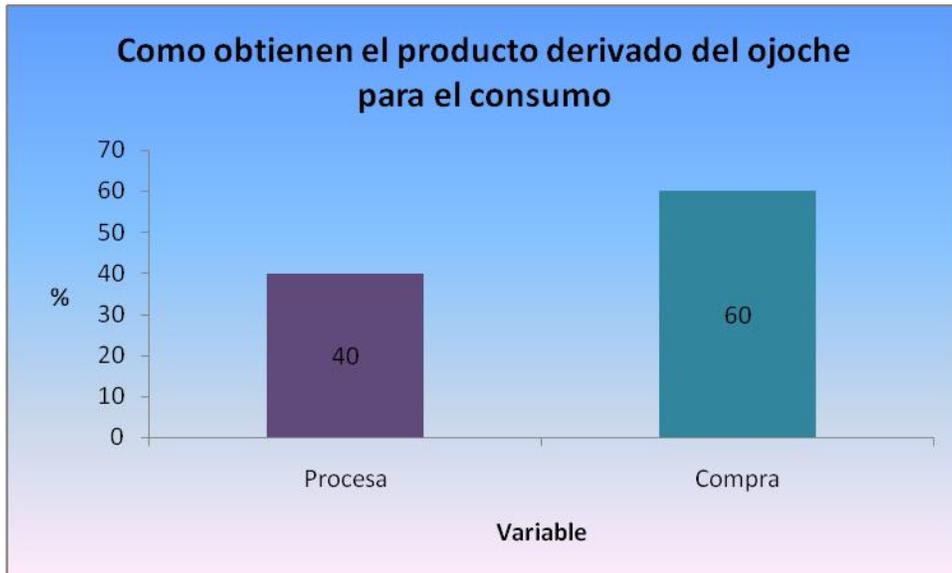


Grafico 11

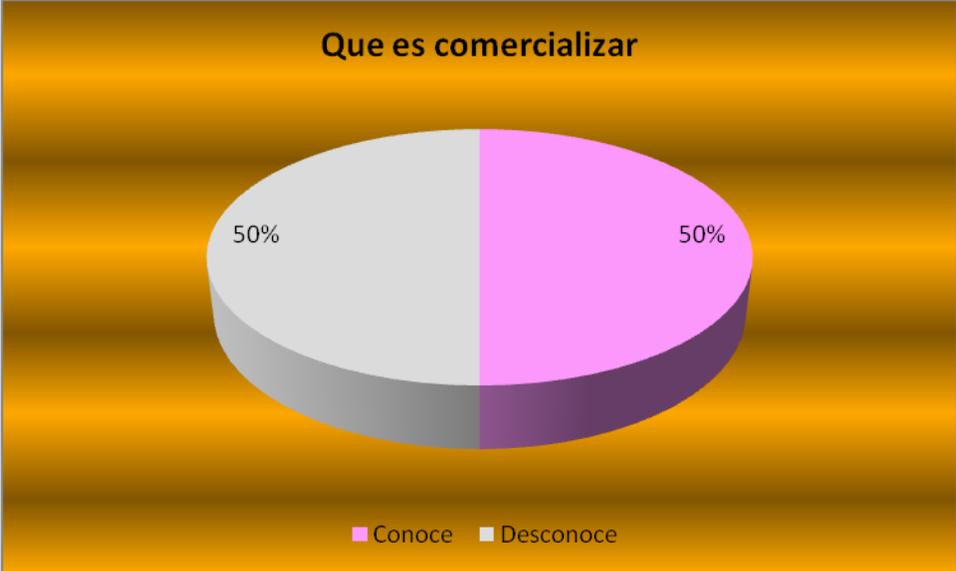


Grafico 12

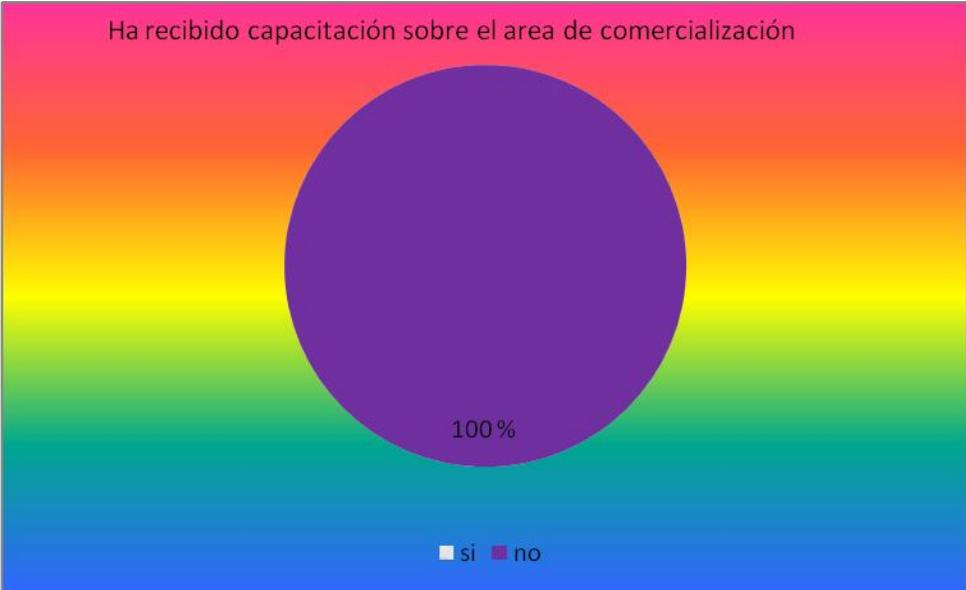


Grafico 13

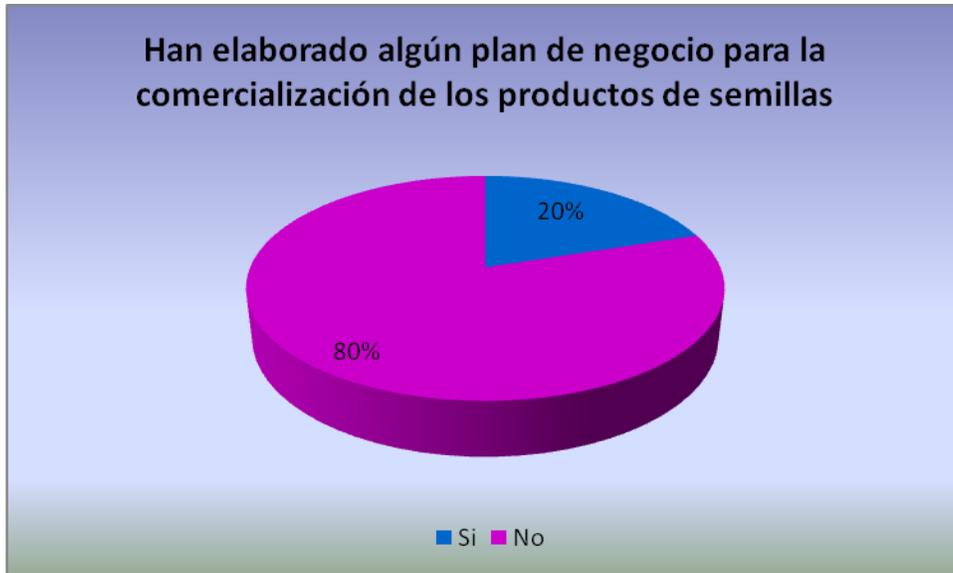


Grafico 14

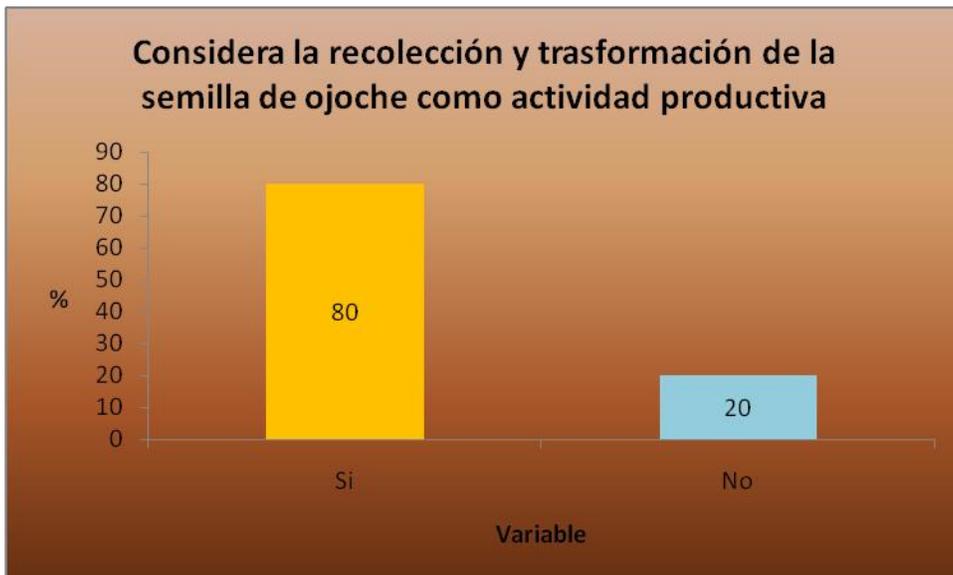
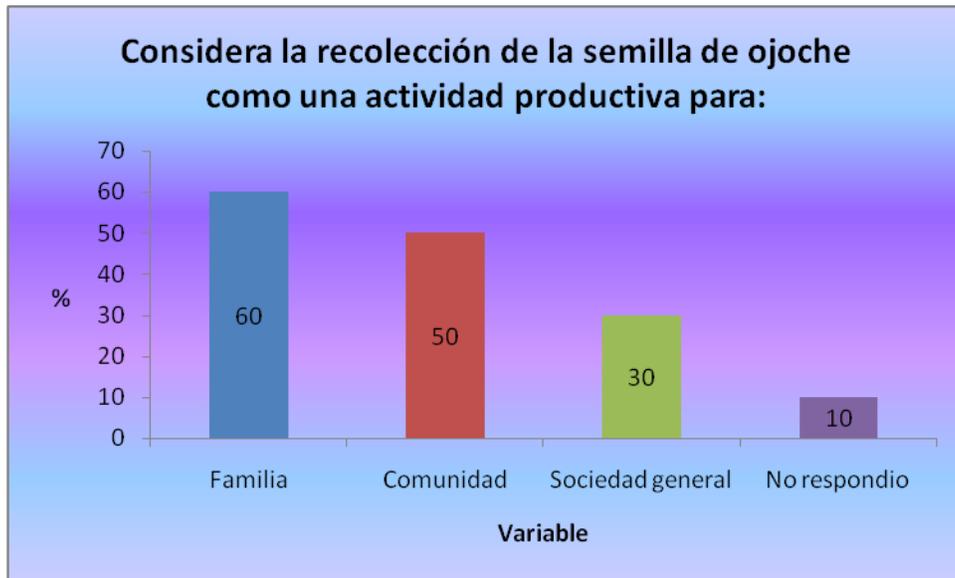


Grafico 15



ARBOL DE OJOCHE



SEMILLA DE OJOCHE



Influencia que tienen los factores socio-culturales en las actitudes de las mujeres en la recolección, transformación y comercialización de la semilla de ojoche, en la zona rural del municipio de Chinandega, comarca La Bolsa.

PROCESAMIENTO DE LA SEMILLA (TOSTADO)



PRODUCTOS DERIVADOS DEL OJOCHE

