

Rescatando el valor social: sistematización de experiencias del trabajo realizado en feria Miércoles de Hortalizas en Escazú, Costa Rica (2022)

Rescuing the social value: systematization of experiences from the work done in the fair 'Miércoles de Hortalizas' in Escazú, Costa Rica (2022)

Benjamin Bach Córdoba

Escuela de Trabajo Social, Universidad de Costa Rica,
San José, Costa Rica

benjamin.bach@ucr.ac.cr

<https://orcid.org/0009-0006-9718-3107>

Monserrath Monge-Vargas

Escuela de Trabajo Social, Universidad de Costa Rica,
San José, Costa Rica

monserrath.monge@ucr.ac.cr

<https://orcid.org/0009-0005-1256-0405>

Maricruz Urbina Vargas

Escuela de Trabajo Social, Universidad de Costa Rica,
San José, Costa Rica

maricruz.urbina@ucr.ac.cr

<https://orcid.org/0009-0000-2635-7719>

Cómo citar:

Bach Córdoba, Benjamin; Monserrath Monge-Vargas y Maricruz Urbina Vargas. 2023. Rescatando el valor social: sistematización de experiencias del trabajo realizado en feria Miércoles de Hortalizas en Escazú, Costa Rica (2022). *Revista Reflexiones. Dossier Especial*. 102. DOI 10.15517/rr.v102i2.57589

Resumen

Introducción: Miércoles de Hortalizas es una comunidad que se caracteriza por sus personas emprendedoras y trabajadoras. Sin embargo, el valor de su trabajo no siempre ha sido reconocido, y por ello este proyecto pretende develar la importancia del valor social y el proceso detrás de cada producto adquirido. Por lo tanto, se propone que las personas consumidoras dejen atrás la noción de pensar que pueden pedir rebajas a los precios.

Objetivo: El propósito es evidenciar la importancia de que en espacios de emprendimientos se reconozca el valor social. Es por tanto que el proyecto tiene como

finalidad visibilizar los procesos y experiencias detrás de cada producto ofrecido en Miércoles de Hortalizas para el fortalecimiento de la Economía Social Solidaria por medio de materiales de sensibilización.

Metodología: se realizaron entrevistas semiestructuradas a las personas productoras para conocer más allá de lo que venden, por ejemplo si es tradición familiar, que valores se rescatan y demás. De la misma manera, se realizaron preguntas para conocer la opinión de las personas consumidoras, en donde comentan las razones de visita a la feria, cómo la conocieron, entre otras.

Resultados: tanto las personas consumidoras como productoras desconocen el significado del valor social y su importancia en los emprendimientos, lo que ocasiona que la población compradora tampoco sea consciente del trabajo que está detrás de los productos que adquieren y no se reconoce la existencia del valor. Igualmente, por parte de las quienes producen se comenta que debido a esta razón la clientela pide rebajo a los precios.

Conclusiones: el valor social es un concepto poco conocido pero necesario de esparcir, por ello, es vital para el proyecto hacer materiales de sensibilización que rescaten, expliquen y empaticen tanto con las personas productoras como con las consumidoras.

Palabras clave: Empatía, Emprendimiento, Economía social solidaria, Comunidad, Socialización.

Abstract

Introduction: ‘Miércoles de Hortalizas’ is a community characterized by its entrepreneurs and workers. However, its work value hasn’t always been recognized, therefore this project pretends to unveil the relevance of the social value and its process behind every acquired product; it’s proposed that consumers leave behind the idea that they can ask for lower prices. **Objective:** highlight the importance that in entrepreneur spaces the social value gets recognized. Therefore the project has as a purpose to make the processes and experiences behind every product available in ‘Miércoles de Hortalizas’ visible, for the strengthening of the Social Solidarity Economy through materials that can raise awareness.

Methodology: semi-structured interviews were made to the producers to know more than what they sell, for example if it’s family tradition, what values they rescue and others. Also, questions were made to get to know the buyers’ opinions, where they commented on the reason they visit the fair, how they got to know it, and others.

Results: the buyers as well as the producers are not familiar with the concept of social value and the importance it has in processes of entrepreneurships, that’s why buyers don’t know about the work that’s behind the products that they are buying and the existence of the value isn’t recognized. Also, it’s commented by the producers that that’s the reason the people who visit ask for lower prices.

Conclusions: the social value is a concept not well known but necessary to be spread, that’s why it’s vital for the project to make awareness-raising materials that rescue,

explain and empathize with the producers as well as with the buyers.

Key words: Empathy, Entrepreneurship, Social Solidarity Economy, Community, Socialization.

Introducción

El cantón de Escazú, de San José Costa Rica ha sido conocido, popularmente, como el centro de poblaciones de clase alta y edificaciones de gran modernidad. No obstante, la zona cuenta con gran diversidad de realidades, entre ellas la pasión por la agricultura, cocina y emprendedurismo, más que todo en el distrito de San Antonio. El taller I y II de Organización local y construcción de ciudadanía se brinda para el tercer año de la carrera Trabajo Social en la Universidad de Costa Rica. Dentro de este, para el segundo semestre, el subgrupo considera trabajar con la comunidad llamada Miércoles de Hortalizas, la cual es una feria que se realiza en el Centro Cívico del centro de Escazú donde participan y la visitan personas del cantón, así como de los alrededores.

En esta feria se encuentran personas de todas las edades, en donde su principal motivación es la familia y vender sus productos y generar ingresos para sus hogares. De la misma manera, dentro de Miércoles de Hortalizas como tal, existe una Junta Directiva, la cual se compone de actrices y actores claves que han sido de excelente ayuda para la ejecución del proyecto. Gracias al contacto directo con la Junta, el grupo de trabajo ha podido explicar las ideas, realizar las entrevistas, conocer a profundidad a las personas productoras, consumidoras y mucho más.

Las razones de trabajar con Miércoles de Hortalizas son muchas y muy variadas. En primer lugar, es un espacio donde se genera la economía social solidaria, la cual es el eje de mayor relevancia dentro de este taller. Segundo, no es la primera vez que se genera contacto con estas personas, lo que significa que conocen a quienes integran el proyecto, los han visto algunas veces caminar por el sitio y más; es por ello que existe una libertad de crear un proyecto que beneficie ambas partes.

Como tercer y último punto, en repetidas ocasiones del semestre pasado, se le comentó al grupo que muchas veces las personas consumidoras no comprenden la importancia de los productos, ni el motivo de que los precios estén en ese monto, cuya razón se debe al proceso que trae consigo su puesta en venta. Este punto es de verdadera importancia para el proyecto, porque lo que se busca es develar el valor social de todos los productos.

La comunidad de Miércoles de Hortalizas ha estado sumamente dispuesta a ayudar con el proceso, lo cual fue un criterio que se tomó en cuenta para la realización del proyecto, ya que sin la información brindada por quienes asisten, no se podría realizar el material de sensibilización. Uno de los pilares de la economía social solidaria es el trabajo en conjunto, por lo cual tomar su opinión durante este proceso ha sido fundamental. Para intervenir y estudiar la población, se escogieron dos metodologías y técnicas principales

que se acoplaban tanto a la necesidad del grupo de contar con información enriquecedora, como para las personas que venden sus productos en la feria; debido a que mediante entrevistas breves y el observar no hubo una interrupción significativa en cuanto a la labor de quienes trabajan, que depende de la venta y el servicio al cliente.

En cuanto a las entrevistas, se encontró un rezago relacionado al concepto de valor social. Por medio de estas se puede inferir que la mayoría de las personas productoras no conocen el concepto del todo, o tienen una idea errónea de lo que este significa. Esto permitió realizar cambios en la propuesta, ya que se asumía que estas personas iban a conocer sobre valor social. Fue un aprendizaje importante para el grupo, y demostró que no es correcto acercarse aun espacio local con estereotipos ni ideas preestablecidas.

Mediante la observación, se pueden destacar momentos claves que se dan sin la intervención de las y el integrante del proyecto, debido a que así se ven acciones naturales, espontáneas, y cotidianas que enriquecen el estudio y, por ende, a la investigación. El analizar la forma de ser de la clientela y personas vendedoras en su máximo esplendor, sin interrupciones, tiene un aporte enorme para el trabajo, debido a que las interacciones humanas son fundamentales para la comprensión del valor social y, por ende, la Economía Social Solidaria.

La importancia del trabajo social en este proyecto ha sido el poder rescatar el valor social detrás de los productos de las personas vendedoras en Miércoles de Hortalizas, no solo ante las personas consumidoras sino para con quienes se dedican a dicha labor, para que reconozcan el peso de su trabajo en la sociedad. Es un proceso sumamente importante, ya que muchas personas desconocen esto, y el valor de un producto va más allá de su precio monetario, se debe tomar en cuenta todo el proceso que este conlleva, las situaciones por las que ha pasado la persona productora para llegar a hacer una venta, la ayuda que tiene o carencia de esta a la hora de producir, etc. Es entonces que vale la pena cuestionar cómo se puede lograr esto. Por medio de estrategias metodológicas indispensables en la profesión, como la intervención, observación, realizar actividades de intercambio de información, entre otros.

Para la comunidad también ha sido un proceso enriquecedor, se les ha comentado individualmente sobre el valor social que tienen sus productos y cómo hacer que esto se note a la hora de sus ventas. En cuanto a las personas productoras, se espera que tengan claro lo que valen sus productos más allá de los colones, que no acepten el regateo y que sepan el mérito y el significado que tiene su proceso. Para las personas consumidoras se proyecta que entiendan porque no se deben pedir descuentos, y que aprendan sobre la historia detrás de cada producto para así poder desarrollar una relación más justa entre consumidor-vendedor.

A lo largo del presente artículo, una vez ya introducido el proyecto e importancia sobre él, primero, se demostrarán los 3 ejes centrales: interacción entre consumidores y vendedores, socialización entre los consumidores y, por último, la relación entre las personas productoras. Dichos ejes son fundamentales para la comprensión de cómo

funciona la feria y, por ende, para identificar problemáticas, retos, ventajas, entre otros. Seguidamente, se encontrarán las reflexiones finales que planean centrar todo lo aprendido y por ende concluido a lo largo de la experiencia en la feria. Por último, se presentarán los anexos y referencias bibliográficas, necesarias para el fundamento teórico y visual de la investigación.

Ejes centrales de la sistematización de la experiencia

En cuanto a las maneras para obtener la información, en primer lugar, se hicieron acercamientos al espacio de maneras informales en donde las estudiantes se presentaron y expusieron ante la Junta Directiva, y demás personas productoras, cuáles eran las razones por las que acudirían al centro cívico.

Como segundo punto para conocer opiniones, puntos de vista y procesos de las personas productoras, se realizaron 30 entrevistas semiestructuradas, las cuales guiaron a las personas estudiantes para indagar sobre valor social, tiempo invertido en los productos, ayuda que se le brinda, cómo conocieron la feria y más aspectos, que fueron colocados dentro del material de sensibilización que se entregó el miércoles 1 de diciembre del 2022.

En tercer lugar, se buscó conocer la opinión de las personas consumidoras de una manera más participativa, ya que hacer una entrevista iba a ser más complicado con esta población porque usualmente llegan a la feria únicamente a comprar y se retiran. Es por ello que se realizó una actividad socioeducativa en donde tenían que responder una única pregunta por medio de la pesca de un pez de papel, en donde cada color representaba una pregunta distinta. Como forma de llamar la atención, se colocó un cartel que les solicitaba su ayuda y también les regalábamos un confite posterior a su participación.

Como último punto, haber estado presentes dentro de la feria permitía ver las interacciones de una manera más natural y poco forzada. Tanto las amistades de las personas consumidoras o de las productoras, a cómo entre ambos gremios se pudo observar una estrecha relación, debido a que están en constante contacto. A continuación, se presentan estos tres ejes desarrollados a profundidad.

Interacción consumidores y productores

Miércoles de Hortalizas es un espacio que se diferencia de otros porque está lleno de personas emprendedoras, no solamente de agricultura, sino que también se ofrecen otros productos como comida casera, ropa, artesanías, comida para mascotas y más. Sin embargo, es vital comprender que emprender «(...) permite a muchísima gente no sólo mejorar sus ingresos sino también la valoración personal y el reconocimiento social y/o familiar» (Poncio 2010, 15).

Dentro de esta feria existe una relación personal entre las personas consumidoras y las productoras, por ende, la interacción es mayor; porque -a diferencia de otros centros

de compra-las personas que atienden a esta feria tienen contacto directo con quienes produjeron los bienes. De esta manera, pueden acceder a información como su origen, los productos que usan para lasiembra, si son amigables con el ambiente, entre otros.

«Los emprendedores pelean diariamente en mejorar sus productos, conseguir mejores precios, ajustar sus costos y concretar sus ganancias» (Poncio 2010, 16), cuestión que se puede observar con los productores de salsas -Pablo Arias y Daniel Quesada- como pestos, de tomate, vinagres y más. Cuando se les entrevistó ellos expresaban que al ver a sus clientes pidiendo rebajas o cuestionando sus precios, han lanzado promociones que se ajustan a las demandas de las personas consumidoras.

Aunado a lo anterior, en muchas ocasiones, diferentes personas productoras mencionaron cómo las personas consumidoras cuestionaban el precio de los productos. Sin embargo, las personas productoras consideran esto un poco irrespetuoso, pues no saben el trabajo que conlleva hacer o producir lo que venden. Es en este punto donde el proyecto entra, ya que se intenta rescatar el valor social detrás de cada producto que se ofrece en Miércoles de Hortalizas.

De hecho, «Uno de los problemas a los que se enfrenta nuestra sociedad, es el desconocimiento del valor social aportado por cada uno de los actores que la conforman.» (Economía social solidaria 2010, párr.5), en este caso, las personas productoras. En Miércoles de Hortalizas se reconoce que las personas productoras ofrecen mejores productos a precios más accesibles, aparte de que son de mejor calidad. Sin embargo, algunas personas consumidoras comentan que los precios deberían ser más bajos.

A pesar, hay personas que van a la feria y tienen a sus personas productoras favoritas, a quienes siempre les compran, sea porque los conocen desde antes, les gustaron sus productos porque ven buenos los precios. De la misma manera, comentan que es un espacio agradable, donde las personas son amigables y que se debe reconocer la importancia de ser persona emprendedora.

Aunado, dentro de las interacciones en Miércoles de Hortalizas se rescata la importancia del consumo consciente, el cual «implica pensar en las consecuencias de nuestras decisiones de consumo» (Tresserra 2019) y las implicaciones o impacto que tienen en el planeta. Es por esta razón que se valora la importancia de consumir de manera responsable y también adquirir productos de espacios que respeten al ambiente y se preocupen por el efecto que tienen.

En otras palabras, el consumo consciente significa ser responsable de lo que se consume; una manera de promover este estilo de vida es «apoyar a las empresas que practican el comercio justo y los procesos de fabricación ecológicos.» (Alejandro sf.). El mejor ejemplo de esto es Miércoles de Hortalizas, porque en esta feria se comparten los valores de la economía social solidaria de respetar y cuidar la naturaleza. Asimismo, todas las personas que la visitan y compran dentro de ella están teniendo un impacto positivo en el planeta por su manera de consumo.

Socialización con consumidores

Miércoles de Hortalizas brinda una experiencia para la población consumista más profunda que en otras ferias, debido a que aparte de ofrecer productos como hortalizas, hay puestos de cocina, que fomentan la socialización entre consumidores al sentarse en las mesas disponibles para comer. La comida es un método para unir a personas, debido a que crea diálogo, compañía, entre otros.

Además de la comida preparada y lista, la clientela habla entre sí mientras compra hortalizas, por ejemplo, ya sea para saber si el producto comprado es de buena calidad, sean familia cercana o lejana -más que todo de Escazú-, hayan sido personas vecinas durante su infancia, exista una amistad entre las personas, o simplemente para generar un tema de conversación. El aspecto de familia es vital rescatarlo, debido a que en Escazú -gracias a su geografía y organización urbana- se incentiva que la mayoría de los hogares estén cerca los unos de los otros y fomente la socialización desde décadas atrás, tomando como ejemplo las personas de tercera edad que asisten a la feria, como en el presente por parte de la niñez y adolescencia, que reconocen que son parte de la vecindad y, por ende, interactúan en Miércoles de Hortalizas.

Este tema es necesario de desarrollar debido a que gran parte de la socialización que selleva a cabo en el espacio se debe a que ya desde antes se conocen o en la misma feria descubrenque comparten sangre. Por ende, los sitios que brinda Miércoles de Hortalizas para socializar son fundamentales para cubrir temas como comunidad, identidad, lo local y rescatar tradiciones escazuceñas como la agricultura dirigida y dueña de lazos entre familias y amigos o amigas, donde por ejemplo la familia «(...) cumple un rol trascendente en el desarrollo del emprendedor» (Poncio 2010, 71). En consecuencia, el concepto de familia es fundamental para comprender cómo funciona la feria, el apoyo que se le brinda, y por ende también la relación entre la clientela. Por lo tanto, dicho aspecto es el principal motivo de unión entre las personas consumidoras.

Por otro lado, al permanecer tanto tiempo en la feria, se pudieron escuchar múltiples temas de conversación entre las personas consumidoras, entre ellos se recalcaron aspectos donde decían que la feria podría mejorar. Ciertas personas fueron escuchadas a lo largo de lassemanas -que a pesar de ser relativamente pocas- comentaron que los precios de ciertos productos eran muy caros, lo cual coincide con la gran cantidad de puestos en los que se informó que múltiples de personas cuestionan el precio de la persona vendedora. Dicho aspectogeneraba discusión en las mesas, donde se abría el debate del valor social -concepto central de la investigación y proyecto- sin necesariamente las y los clientes saber el significado de este y por ende saber que estaban haciendo referencia a este.

El contar con un espacio acogedor y no tan extenso de mesas, fomenta, en ocasiones, tener que compartir mesas con otras personas. Consecuentemente, siempre lleva a una socialización, ya sea mínima interacción mediante frases como «¿este campo está ocupado?», o ya una conversación más a profundidad donde se indaga en temas como familia, la feria ensí, entre otros que incentivan la identidad y cómo se relaciona la

persona con la otra y el espacio. Gracias a que Miércoles de Hortalizas es todos los miércoles de todas las semanas, promueve la clientela fija, debido a que saben que en definitiva las puertas van a estar abiertas y las personas productoras van a estar a su disposición. Al haber personas que van todos los miércoles, es clara la formación de grupos sociales, por ejemplo, el de unos hombres estadounidenses, que descubrieron el lugar, esparcieron la palabra a otros amigos de Estados Unidos los cuales crearon una agrupación que se logró observar todos los miércoles véase en la figura 2 del anexo.

Relación entre personas productoras

A lo largo de las visitas a Miércoles de Hortalizas se pudo notar una relación muy estrecha entre la comunidad productora. Todas las personas integrantes saben los nombres de los demás, dónde viven, qué venden, entre otros datos muy generales. Sin embargo, cuando se empezó con el proceso de las entrevistas, salió a la luz más información acerca de esta relación; la mayoría de la población que vende indicó tener una muy buena relación en la cual recalcaron palabras como «apoyo», «familia», «solidaridad», «empatía», entre otras. Si bien la mayoría mencionó sentirse a gusto en el espacio, hubo casos en los cuales la historia fue distinta, expresaron no llevarse bien con otras personas productoras, haber tenido conflictos en el pasado e incluso haberse sentido en exclusión dentro de la feria.

«La industrialización y la modernización han supuesto un enorme choque en los lazos comunitarios, repercutiendo en la potenciación de sociedades más individualistas». (Vallejo, Moreno y Ríos 2017, 2). Si bien esto se puede observar en muchos otros ámbitos laborales, Miércoles de Hortalizas es la excepción. En este espacio se han logrado formar lazos sumamente estrechos entre personas productoras, en donde incluso se prestan dinero, cuidan los puestos de los demás y hablan sobre sus familias y situaciones personales.

La economía social solidaria habla sobre la importancia que tiene la interdependencia entre estas personas. «El sentido de comunidad tiene un núcleo importante en torno a la interacción social entre los miembros de un colectivo, y se complementa con la percepción de arraigo territorial y un sentimiento general de mutualidad e interdependencia» (Sánchez 2001). Como se mencionó anteriormente, en Miércoles de Hortalizas existe un sentimiento de ayuda mutua, en el cual todas y todos son conscientes de que dependen el uno del otro.

Muchas personas productoras durante las entrevistas indicaron que llegar a vender a Miércoles de Hortalizas no se siente realmente como un trabajo, si bien es bastante cansado, es un lugar en el cual cambian un poco la rutina, socializan entre sí y se desestresan en la mayoría de los casos. Este sentido de comunidad no se da solamente por ser parte de las personas productoras de Miércoles de Hortalizas sino también por «una conexión emocional basada en una historia compartida, así como en intereses y preocupaciones» (Perkins, Long 2002).

Con las entrevistas se notó que los intereses de las personas productoras son los

mismos, venden en la feria para satisfacer una necesidad económica; pero volviendo al punto anterior, la mayoría de población que vende dice tener pasión por lo que hacen. Esto se observó de manera más intensa en el caso de las productoras dedicadas a la cocina, en donde la mayoría siguen una tradición familiar, la cual les inculcó esa pasión por la comida y su realización.

En cuanto a las preocupaciones, también se lograron identificar similitudes. Siempre existe una preocupación de no poder vender lo suficiente o no cumplir con sus expectativas del día. Está presente también una deslealtad de mercado que provoca diferencias en relación con los precios de los productos que se ofertan; esto se evidencia en que algunas personas productoras bajan su precio con tal de no perder al cliente, y otros no. Si bien esto es una decisión personal de las personas productoras, afecta a la feria en su totalidad, ya que se normaliza el regateo.

A pesar de estas diferencias observadas a lo largo del proceso, finalmente se evidenció que la buena relación persiste. A la hora de la devolución del producto final, se logró ver el apoyo que existe entre las personas productoras. Si bien tienen una relación laboral, se podría decir que han logrado forjar una relación más amistosa, de más confianza y apoyo mutuo entre toda la población.

Reflexiones finales

El objetivo del proyecto fue rescatar el valor social de los productos, concepto del cual no existía mucha comprensión tanto por parte de las personas productoras como consumidoras. A la hora de las entrevistas, más de la mitad de la población no tenía noción de lo que era valor social, o este era confundido con valores como la solidaridad, la honestidad, ambiente, entre otros. Con esto presente, se empezó a colocar esta temática en las demás actividades, como la que se hizo con las personas consumidoras.

Al haberles explicado rápidamente, comprendieron que lo que realizaban desde sus casas, todos los procesos de producción, ideas, llegando a la feria y las 8 horas que permanecían dentro de esta, siempre ha sido valor social. Por lo tanto, fue enriquecedor ver cómo las personas productoras estuvieron de acuerdo con la importancia de dicho concepto y su fuerte relación con este. Se puede decir que las personas productoras saben lo que es valor social y, más importante, el valor de su trabajo y dedicación.

Relacionado a esto, el trabajo y la dedicación fue un constante tema de conversación con las personas productoras. Se encontró que la vinculación a Miércoles de Hortalizas es por necesidad; este es un denominador común entre la comunidad productora, lo cual causa que exista una estrecha relación entre ellas y ellos. Si bien algunas de estas personas venden en Miércoles de Hortalizas desde hace varios años, más gente se relacionó con el proyecto durante o después de la pandemia. El COVID-19 trajo consigo una variedad de consecuencias sociales y económicas tanto negativas como positivas, entre ellas, las personas que se quedaron sin trabajo tomaron la decisión de

emprender y vender en Miércoles de Hortalizas.

Otro común denominador fue el tema de género, aproximadamente el 80% de las personas productoras son mujeres. «(...) las mujeres, en relación con los hombres, poseen menos experiencia al emprender un negocio, requieren más el apoyo de otras personas, inician la mipymes como una oportunidad de negocio y dependen, en mayor porcentaje que los hombres, de los ingresos obtenidos por medio de la empresa» (Brenes y Bermúdez, 2013, 25). Casi todas las mujeres que se entrevistaron mencionaron hacer su trabajo solas y, en algunos, casos tener ayuda de sus hijos e hijas o de sus parejas. Sin embargo, el trabajo más duro y el que lleva más horas como el de cultivar, cocinar, cosechar, etc., lo hacen ellas por su cuenta.

En cuanto a aprendizajes y logros, primeramente, está la importancia de rescatar la tradición. Al notar la pasión que la población de la feria tenía por su comunidad y productos, hizo caer en cuenta de cuánta importancia y peso tiene el rescatar las historias, seguir un legado, el superarse, seguir adelante, esforzarse por lo que se quiere lograr, entre otros. Incluso algunas de las personas productoras externaron su deseo de que sus hijas e hijos sigan con el emprendimiento que tanto les ha costado concretar. Lo más interesante de esto fue que no es por un aspecto económico, sino por continuar con una tradición e historia familiar; dichos aspectos creemos que hay que tenerlos más presentes tanto en Escazú, como en el país en su totalidad.

Esa conexión que existe entre las personas vendedoras presentó la relevancia de la socialización, y cómo sin solidaridad y comunidad es de suma dificultad prosperar, sentirse con identificación, o pertenecer a la sociedad. Gran parte de nuestro ser se lo debemos a las personas a las que les compramos, nos venden, nos acompañan, y por ende, recordó la importancia del ser social dentro de una sociedad y cómo cada persona cumple con un rol significativo para el movimiento económico, político, cultural, y más que todo social.

Con relación a esto, se debe mencionar el tema del regateo. Algunas personas productoras mencionaron que aceptan bajar los precios con tal de no perder un cliente. Esto fue algo que como grupo se quiso incorporar en los materiales de devolución, ya que como dijo una vendedora «respetar a las personas productoras es no cuestionar sus precios». Se espera que el material de sensibilización sea una ayuda para las personas productoras, no solo para dar a conocer la historia y el valor de sus productos, sino también para que las personas consumidoras sean conscientes de la importancia de respetar a la persona productora.

A modo de cierre, cabe mencionar que el día de la entrega del producto de sensibilización que se hizo personalizado para cada persona productora, dicha población estuvo sumamente agradecida por haber sido el primer grupo de educación superior que les solicita ayuda para un trabajo de tipo académico, pero también les promete, y da un material de vuelta. Como posicionamiento ético-político dentro de la profesión de Trabajo Social es de gran importancia que se les vea a las personas como ello, no como un producto. Es por esta razón que nunca se debe olvidar la realización de una

devolución, ya que el proyecto no es solamente una tarea universitaria, sino que se vuelve parte de la vida de las personas y se les debe brindar un final justo.

Las tres personas integrantes del grupo están sumamente agradecidas por el proceso que se desarrolló en Miércoles de Hortalizas, siempre estuvieron a disposición de participar incluso si estaban en su horario laboral. Desde la coordinación hasta la participación en las entrevistas y el día del cierre en la exposición, siempre estuvieron anuentes al proceso, poco a poco se aprendieron los rostros y nombres, y llegaron a nombrar nuestra persona parte de su familia.

Referencias

- Alejandro. sf. «¿Qué es el consumo consciente?». En Bolsalea. <https://www.bolsalea.com/blog/2022/11/que-es-el-consumo-consciente/>
- Brenes, Lizette y Bermúdez, Ligia. «Diferencias por género en el emprendimiento empresarial costarricense.» *Tec empresarial*. 7 (2013): 19-27. DIFERENCIAS POR GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO. [https://dialnet.unirioja.es > descarga > articulo](https://dialnet.unirioja.es/>descarga>articulo).
- Economía social solidaria. 2010. «Medición del valor social y el impacto». <https://www.economiasolidaria.org/recursos/biblioteca-medicion-del-valor-social-y-el-impacto/#:~:text=Es%20el%20resultado%20generado%20cuando,la%20sociedad%20en%20su%20conjunto>
- Poncio, Darío. 2010. «Animarse a emprender». <https://docplayer.es/23492467-Animarse-a-emprender-dario-poncio.html>
- Sánchez, Vidal. «Medida y estructura interna del sentimiento de comunidad: un estudio empírico.» *International Journal of Social Psychology*. 16 (2001): 157-176. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1174/021347401317351116>
- Tresserra, Laia. 2019. «Las 3 claves del consumo consciente». En opciones - consumo consciente. <https://opcions.org/es/consumo/3-claves-del-consumo-consciente/>
- Vallejo, Macarena, Moreno, Maria y Rios, Maria. «Sentido de comunidad, fatalismo y participación en contextos de crisis socioeconómica.» *Psychosocial Intervention*. 26 (2017):1-7. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1132055916300618?token=7A3E3D5DA1318E3D803AE61F60145EEA303EADEBF98979E9941240AC22469202512B8846D73B948E00FC4B0F0B492785&originRegion=us-east1&originCreation=20221201020845>

Anexos



Figura 1: Grupo de hombres estadounidenses socializando.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 2: espacio de la feria de Miércoles de Hortalizas.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 3: Actividad con personas consumidoras.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 4: Espacio de la cocina y comidas caseras.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 5: Materiales de sensibilización.
Fuente: Elaboración propia.