

**LA HISTORIA DE UN
MERCADO CON PODER
DE TRANSFORMAR
PERSONAS Y
CIUDADES**

*El Design Thinking
aplicado en la
Innovación Social*

**MERCADO MAYORISTA
URBANO COOPERATIVO
& DISTRITO COMERCIAL
BORBÓN**

*La ambiciosa apuesta para
cambiar la ciudad*

EL BORBÓN

Un Mercado **C O N**sentido



Carretas, trenes y abasto de producto fresco

Auténtico ADN de Mercado

Hablar del Mercado Borbón, es evocar historia, estimular los sentidos, comprender la dinámica de un mercado..., es también sin duda entender una parte importante de la ciudad de San José.

Ubicado en el cuadrante noroeste del casco central de la capital, el Mercado Borbón, o simplemente "El Borbón" como le reconoce cualquier josefino, ha contribuido a dibujar imparablemente el rostro de esta parte de la ciudad.

Establecido en lo que originalmente se denominó como la "*Plaza de las Carretas*", el Borbón tiene la particularidad de encontrarse equidistante de las estaciones de los ferrocarriles al Atlántico y de la Pacífico, lo que lo colocó en sus inicios en una posición privilegiada de cara al abasto, distribución e intercambio comercial alimentario hacia y desde la ciudad de San José en las etapas en las que se dependía del transporte ferroviario para tales efectos.

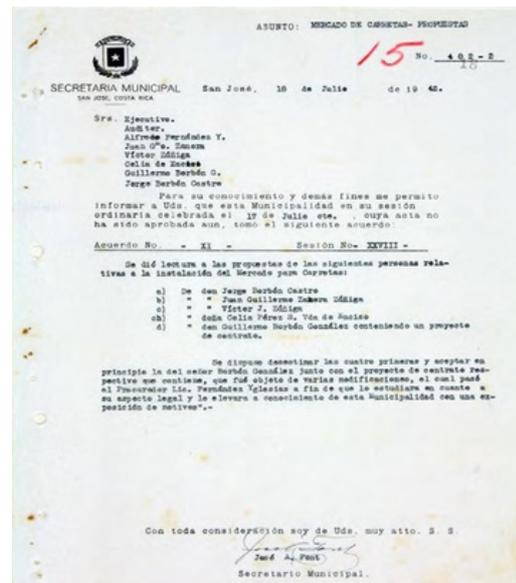
Guillermo Borbón González

Visionario transformador de la Plaza de las Carretas al Mercado Borbón

Para 1942, en atención a las características propia de la dinámica y operación de esta “Plaza de Carretas”, en la que es fácil imaginar, intercambios comerciales intensos, carretas con sus respectivos animales de acarreo, alimentos y demás productos perecederos sin los manejos y principios fitosanitarios que asegurasen la inocuidad y salubridad básica de los alimentos, propició una determinante intervención municipal.

Los derechos y la dinámica para esta transformación de Plaza a Mercado, dependió en su momento de la aprobación Municipal. Se recibieron cinco propuestas, siendo la presentada por don Guillermo Borbón González la elegida por el Concejo Municipal en entonces, y que a la postre derivaría en una concesión del sitio, a cambio de una inversión inicial significativa, así como de su correspondiente administración.

1
La primera gran transformación del sitio, obedeció justamente al igual que ahora, a la necesidad de adaptación de los requerimientos de abasto urbano de entonces.



En el valioso documento: “Memoria Histórica del Mercado Borbón”, publicado en el 2019 por el INFOCOOP se rescata este evento, señalando en su página 9 que, “la iniciativa planteada por don Guillermo resultó ganadora por una razón trascendental: fue la única oferta que incluyó un contrato y un plan de trabajo visionario que garantizaría el buen funcionamiento del Mercado.

Dicho plan contempló como ejes estratégicos y objetivos generales:

- a) la búsqueda de rentabilidad,
- b) la modernización de la infraestructura,
- c) la accesibilidad de camiones y otros vehículos de carga,
- d) el vínculo de cooperación con el Mercado Central y
- d) el mejoramiento de las condiciones de higiene y aseo del centro de la ciudad de San José.

Un sitio que ha sabido transformarse cuando se requiere

Dinámico

desde sus inicios

Vemos entonces como desde sus orígenes, el Mercado Borbón responde a una dinámica de evolución comercial, infraestructural y operativa, orgánica y en una reconocida simbiosis con sus inquilinos, sus clientes y con la ciudad capital. Vive entonces el Mercado Borbón su primer etapa dorada, siendo junto con el Mercado Central de San José, los dos principales centros de acopio y distribución de productos alimentarios de la Provincia de San José.

Además de ser un suplidor al por mayor, en esta dinámica de abasto de producto fresco, en el Borbón se genera también una interesante dinámica de venta entre comerciantes mayoristas y minoristas, bajo esquemas informales y de venta al mejor postor, haciendo de este espacio comercial, un punto referencial para el establecimiento de precios, incluso hasta nuestros días.





Mucho más que un Mercado

El Borbón define el entorno social de la zona

Una de las particularidades que acompaña la historia del Borbón es la evidente simbiosis que le une con la dimensión social de la zona en la que se ubica.

La naturaleza de la dinámica comercial propia de su actividad central ha convocado por décadas a productores, transportistas, acarreadores y a los propios comerciantes, definiendo una dinámica que no conoce pausa y que acaso baja su intensidad en algunas horas del día para recobrar fuerza y vigor en las madrugadas de cada día.

Alimentación, transporte formal e informal, servicios de acarreo de productos de los camiones a los locales del Mercado y su entorno, son sólo algunas de las actividades perennes en la zona. Junto a ellas, se dejan asomar otros intercambios que merecen atención social y ocasiones, incluso policial.

Personas indocumentadas, prostitución, parqueos convertidos en mercados, abundantes casas de empeño cuya presencia asoma lo propicio de la zona para el negocio; casas convertidas en cuarterías, narcomenudeo, ruido, flujo del tránsito vehicular que parece no reconocer autoridad ni conocer la cortesía; y personajes que parecen reclamar autoridad sobre la zona y quienes en ella se encuentren, son sólo algunos de los aspectos que caracterizan la zona, propiciando retos diversos y crecientes en todos los ámbitos.

Dos décadas de cambio que impactan al Borbón



Las décadas de los 70 y los 80, se caracterizan por una serie de ajustes de orden estructural que tienen un profundo impacto en el desarrollo que hasta entonces tenía el Mercado Borbón.

Hasta estos años, la dinámica de abasto de productos agrícolas residía sustantivamente en la operación del Mercado Central de San José, así como del Mercado Borbón. La profunda crisis económica y social sufrida por nuestro país a finales de los años 70, terminó de impulsar una serie de cambios estructurales que buscaban mitigar la crisis y reactivar la economía. Dos de las medidas más significativas fueron la creación del Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (CENADA), con el cual asegurar el abastecimiento para el consumo a gran escala, como los requeridos para comedores escolares e institucionales, hospitales, centros penitenciarios entre otros.

A esta medida se suma la implementación del programa Ferias del Agricultor, adscrito al Ministerio de Agricultura y Ganadería, con la intención de diversificar las oportunidades de producción, distribución, comercialización y consumo de productos agrícolas, reduciendo además la participación de intermediarios.

Finalmente, el surgimiento de formatos comerciales a nivel de cadenas de supermercados, transforman profunda y definitivamente la dinámica asociada al mercado agrícola en todos los niveles.

Una vez más la urgencia propicia la magia:

De propiedad familiar a Mercado Cooperativo

Los cambios sufridos por la estructura y dinámica de abasto de productos agrícolas pasarían su factura en los años siguientes.



Para el 2014, el Mercado resintió profundamente dichas circunstancias y la familia Tinoco Quirola propietaria del Mercado para ese momento, decide poner a la venta el inmueble, y con ello se extiende una cortina de incertidumbre acerca del destino final del mismo y con él, el de las decenas de familias que por tres generaciones habían hecho del Borbón su medio de subsistencia, su vehículo de desarrollo social, y en no pocos casos, su hogar.

Naturalmente los entonces inquilinos se agrupan buscando una solución ante el escenario que se cernía sobre ellos y sus familias, y aflora la idea de constituir una cooperativa. Este proceso contó con el decidido apoyo del Instituto de Fomento Cooperativo, INFOCOOP, quienes inician el proceso de acompañamiento para la conformación de la cooperativa en diciembre de ese mismo año.

Al terminar el primer semestre del 2016, la historia la empieza a escribir COOPEBORBÓN R.L., beneficiando para ese momento a 149 asociados, 220 inquilinos, y con impacto directo en la realidad de 5.000 productores agropecuarios que venden de manera directa sus productos a los diversos comerciantes del Mercado, junto con los 2.000 proveedores de artículos de consumo básico que también se adquieren en el lugar. Y por supuesto, esta medida termina impactando a los más de 3.000 personas que diariamente acuden al Mercado a comprar o consumir directamente.

2

En el 2016 marca el hito de partida de una historia que se prepara para dejar huella. Se acaba la condición de peregrinos que viajan en grupo, para pasar a recorrer el camino como equipo...



Cambia la forma y cambia la perspectiva de los problemas y la oportunidad de incidir en ellos



El asumir la estructura cooperativa tiene un profundo cambio en la dinámica de los antes inquilinos, y ahora propietarios del inmueble y del Mercado. La perspectiva de los problemas adquiere una dimensión diferente, así como renovadas oportunidades de encararlos.

Reto 2. Funcionar en Órganos Colegiados



Esta condición implica un ejercicio democrático constante que coloca a las personas que integran a la cooperativa en igualdad de condiciones, y de ejercer las responsabilidades y ejercicios colectivos permanentemente a través de órganos colegiados, con funciones delimitadas y dependientes entre sí.

Reto 1. Aprender de Cooperativismo, y aplicarlo!



El formato cooperativo es altamente apreciado desde la perspectiva de las intenciones y postulados, sin embargo, demanda una aplicación cuidadosa de la estructura y procesos establecidos en la Ley de Asociaciones Cooperativas, así como en los Principios y Valores consignados en la Doctrina e Identidad Cooperativa.



Reto 3: Ver más allá de las necesidades propias. Renovar el compromiso con la comunidad

El séptimo Principio Cooperativo compromete a impactar de forma positiva, planificada, pertinente y constante en y con la comunidad,, entendiéndola esta como las diversas audiencias relacionales con las que se vincula la cooperativa en todas sus dimensiones.

Despertar para hacer realidad los sueños



La suma de estos retos propició una espiral de motivaciones, ideas, propuestas y anhelos, muchos de los cuales se encontraban latentes en las mentes y corazones de los antes inquilinos, y ahora propietarios, e inicia un proceso de planteamiento de ideas, de identificación de oportunidades de mejora y de crecimiento.

Este despertar de ideas y de activación para la acción propició el efectivo acercamiento de COOPEBORBÓN R.L. con una serie de actores institucionales y académicos, que brindan su decidido apoyo a esta iniciativa, entre los cuales destacan sin lugar a dudas el INFOCOOP, así como la Facultad de Arquitectura del Instituto Tecnológico de Costa Rica, quienes han acompañado el proceso de reflexión, adaptación y visualización del cambio desde sus propias competencias y especialidades.

“Mercado Mayorista Urbano Cooperativo”

La idea que pone a andar al Nuevo Mercado Borbón



Este atractivo y particular nombre que encanta desde que se escucha, deja entrever una de las más grandes aspiraciones que se teje a lo interno de los asociados de COOPEBORBÓN R.L., y se centra en la idea de repensar la dinámica de abastecimiento de producto fresco de manera particular para el casco urbano de la Ciudad de San José.

En consonancia con su naturaleza e historia, este proyecto concentra a la aspiración de poder cumplir con el rol histórico que inició en este sitio cuando era la “Plaza de las Carretas” y que en la década de los 40’s se readecúa justamente a la naturaleza y complejidad urbana de entonces, modelo que cumplió con creces su cometido durante medio siglo, y que acumula 30 años de requerir pensamiento y cambio profundo.

Además de preservar su condición de Mercado Mayorista, la aspiración de esta iniciativa es que el proyecto logre armonizar una relación virtuosa con el entorno urbano en el que ubica, comprendiendo el repensar procesos, productos, manejos e incluso los horarios en los cuales el Mercado debe enfocar su labor en aras de ser un aliado de la ciudad y no una fuente de incomodidad.

Finalmente, y por mucho que no menos importante, el término “Cooperativo” que corona la iniciativa, asoma la aspiración de este nuevo espacio comercial; más que un espacio, un contexto de relaciones comerciales, social y ambientalmente responsables, comprometidas con la equidad, la inocuidad y la mejor oferta de producto fresco para su clientela.

Una dinámica comercial que enlaza y vincula a productores, procesadores y distribuidores que operan bajo formato cooperativo, proveyéndoles una plataforma adecuada para la colocación y comercialización de su producción.

Y finalmente, un Mercado atractivo, novedoso, amigo de la ciudad y de las personas. Un mercado inclusivo, adaptado a las necesidades de todas las personas, en particular de la Población adulta mayor, la cual constituye uno de los segmentos fidelizados del Mercado y que ante la dinámica demográfica que presenta nuestro país, puede constituir el laboratorio por excelencia para el diseño de los mercados que se requerirán en el futuro mediato. En resumen, un Mercado que pueda ser referencia acerca del cambio urbano positivo y posible en América Latina.

De ver pasar los días a diseñar el futuro

Un Mercado que aplica Design Thinking

El impulso propio del Mercado Mayorista Urbano Cooperativo, (MMUC) propicia el acercamiento de COOPEBORBÓN R.L. con varios actores, entre ellos la Fundación Friedrich Ebert en Costa Rica.

Este acercamiento tuvo como propósito el poder articular un proceso de pensamiento ordenado que brindase cuerpo a la iniciativa del MMUC. La Fundación Ebert, conocida como la FES, apoya el proceso a través de la Cooperativa de Servicios Profesionales R.L., PROCOOP R.L. quienes diseñan y ejecutan el proceso, teniendo como marco metodológico la aplicación del *Design Thinking*, también conocido como Pensamiento de Diseño, proceso que se caracteriza por identificar los espacios de innovación reduciendo al máximo posible el riesgo proveniente de la incertidumbre y los sesgos.

Por su naturaleza, los procesos que aplican el Método del *Design Thinking*, demandan la aplicación y ejecución de sesiones colectivas de pensamiento, en un plano de horizontalidad y caracterizadas por el uso de herramientas y plantillas vistosas.

Además, la aplicación correcta del método requiere del concurso y aplicación de personas y audiencias adicionales a la propia organización interesada.

En este caso en particular implica el necesario diálogo con comerciantes, las y los habitantes de la zona y alrededores, además de proveedores, transportistas, acarreadores, inquilinos, e incluso la Policía Municipal.

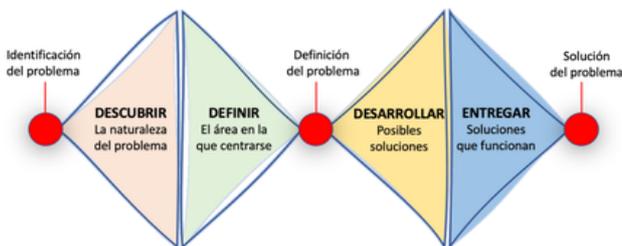
Entre los principales momentos que caracterizan el método destaca la identificación del Problema o Reto central que debe ser claramente precisado, de cara a la aspiración planteada o del objetivo que motiva el proceso de pensamiento.

— *Design Thinking*

Cambiar el Mercado

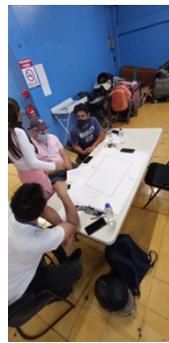
Cambiar la ciudad:

Double Diamond design process (Design Council)



Fuente: Design Council (2015)

La ejecución de los talleres correspondientes a la aplicación del Método del Design Thinking de cara al pensamiento para la constitución del Mercado Mayorista Urbano Cooperativo revelaron una serie de aspectos que, si bien no resultan desconocidos para quienes integran COOPEBORBÓN R.L., adquieren una dimensión sustancial al momento de repensar el ambicioso proyecto, y está relacionado con el entorno espacial y social del Mercado Borbón, y se llega a la conclusión con método y evidencia que un cambio a gran escala en el Mercado sólo es posible si cambia esta parte de la ciudad, e igualmente, que un cambio en el Mercado a esa escala, también cambiará incluso la ciudad.



Esta visualización simbiótica propicia la reflexión y manos a la obra de una iniciativa que debe iniciar primero, y luego correr paralela a la del Mercado Mayorista Urbano Cooperativo, y es el denominado, Distrito Comercial Borbón.

Hablar del Borbón es mucho más que hablar del inmueble que ocupa el actual Mercado. De hecho, decir “el Borbón”, es referirse a una zona, la cual es claramente identificable en razón de su ornato, así como de su dinámica comercial y social, junto con los demás códigos que contribuyen a precisar la identidad de un espacio urbano identificable y con nombre propio.



Delimitación identitaria de la ciudad:

Una tendencia aplicada con éxito en San José

Cabe decir que la Municipalidad de San José, ha tenido exitosas experiencias en la delimitación identitaria de barrios y espacios icónicos del casco metropolitano, facilitando con ello, sinergias y colaboraciones significativas. Ejemplos de ello, son el denominado "Barrio Chino", en el cuadrante Sureste de la capital, Barrio Escalante, convertido en un reconocido y apreciado corredor gastronómico; "Amón Cultural"

constituido por los barrios Aranjuez, Otoya, y por supuesto Barrio Amón; propiciando la conservación y revalorización histórica y arquitectónica de este cuadrante noreste de la ciudad.

Concebimos el Distrito Comercial Borbón como el área de influencia comercial e identitaria tradicional del Mercado Borbón en San José, claramente perceptibles en la zona compuesta de Norte a Sur, desde el Centro Multicultural Botica Solera, hasta llegar a la avenida 1, y de este a oeste, desde calle 6, hasta la calle 12, todo en ello en el cuadrante noroeste del centro de la ciudad de San José de Costa Rica.

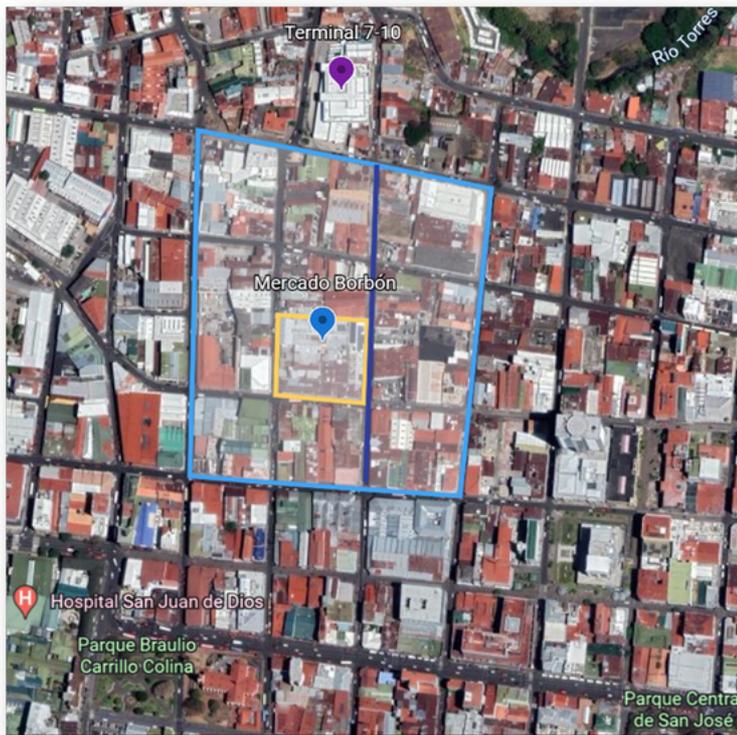
Tiene un altísimo potencial para el diseño de un espacio público moderno:

- Cuenta con un **boulevard peatonal** que atraviesa la zona de norte a sur, con flujo peatonal constante.

- En la zona se ubica una **estación de autobuses moderna**, desde donde parten y llegan autobuses hacia las zonas turísticas más importante del país.

- Esta zona está **pletórica de pequeños centros de abasto de producto fresco**, así como **carnicerías, queserías, marisquerías, tiendas de granos y especies**, así como de **pequeños almacenes en los que es posible obtener artículos de pasamanería, talabartería, telas y más**, lo que **hace de la zona un auténtico y poderoso bazar**, capaz de despertar sentidos, curiosidades y consumos al mayor.

- Tiene además en **COOPEBORBÓN R.L.**, un **actor único en toda la Ciudad de San José**, que conoce la dinámica, actores, retos, códigos y demás factores indispensables para la activación social en la zona.



Mercado y Distrito Comercial Borbón, dos lugares con potencial de *“instagrameabilidad”*

Identificado por los especialistas en Mercadeo como el adjetivo de moda más aspirado de lograr, la *“instagrameabilidad”* es un fenómeno de difusión efectivo y poderoso, asociado a las redes sociales, en la que se logra una difusión orgánica

del lugar, explotando justamente la autenticidad del lugar y que logra colocar en la agenda de consumidores una serie de lugares y espacios, impulsando con ello dinámicas productivas como las aspiradas para la zona en mención.

Pasaje de las Frutas:

Punto focal y de partida para la transformación

El inmueble del Mercado cuenta con un largo pasaje que lo atraviesa de calle a calle.

Originalmente previsto para el proceso de carga y descarga del producto, sobrevive los mudos vestigios del diseño propuesto por don Guillermo Borbón, quien transforma la otrora Plaza de las Carretas, en un inmueble adaptado a las necesidades comerciales de los años 40.

Denominado como *Pasaje de las Frutas*, justamente en recuerdo al acarreo de este tipo de productos a lo interno del Mercado, este espacio fue identificado en los talleres, como una zona con potencial para invitar al ingreso y estancia de los visitantes que acuden al Borbón. Igualmente, sus características y dimensiones lo convierten en un punto clave en el rediseño del espacio y su funcionalidad.



Rediseño del Pasaje de las Frutas.

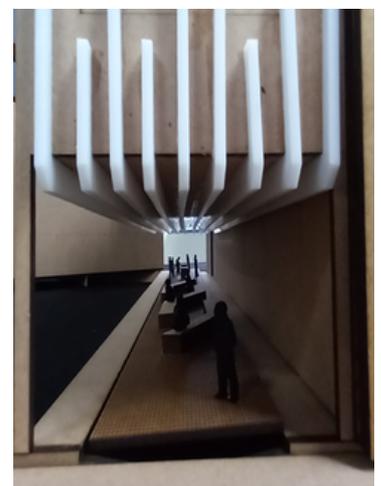
La activación de la Academia en el proceso



Uno de los elementos destacables de este proceso de pensamiento fuera de la caja, fue el llevado a cabo con la colaboración de la Facultad de Arquitectura del Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR) quienes, comprometidos con la naturaleza de la iniciativa, articularon uno de sus cursos del 2023 alrededor justamente del rediseño de este componente del inmueble.



Esta medida implicó visitas, investigación, reflexión y planteamiento de propuestas, las cuales se concretan en la presentación final de más de 20 diferentes proyectos, planteados en maquetas, los cuales se concentran en potenciar esta zona como una de las intervenciones más significativas a impulsar en el contexto de ambos proyectos, apostando a mejorar la funcionalidad del pasaje, e invitar y aumentar la visitación, estancia y consumo de productos de y en el Mercado.





Simbiosis entre el **MMUC** y el **DCB: 10 impactos directos**

El Mercado Mayorista Urbano Cooperativo (MMUC), resulta de la urgente necesidad de rediseñar y gestionar el abasto de producto fresco a la ciudad de San José, gran parte del cual se desarrolla justamente en esta zona. Más que un lugar, esta iniciativa resulta de la urgente reconceptualización de la dinámica logística de abasto y de ordenamiento comercial en la zona, y tendría como centro neurálgico al Mercado Borbón, así como la gestión horaria de las calles 8 y 10, así como las avenidas 3 y 5.

En este momento, esa misma actividad compromete o desborda en algunos casos los límites comerciales, logísticos, sociales, de inocuidad sanitaria, y de seguridad ciudadana, afectando y permeando negativamente la zona, y con ello el valor y rendimiento urbano de esta parte de San José, y por defecto un amplio anillo de impacto e influencia residual.

Tanto el Distrito Comercial Borbón, como el Mercado Mayorista Urbano Cooperativo constituyen un par de iniciativas que, desde la conceptualización, se perciben con una profunda y evidente interdependencia en una suerte de simbiosis espacial, comercial y cultural.

Este proceso ha permitido identificar al menos 10 impactos directos que resultarían del desarrollo de ambos proyectos:

1. Fortalecimiento de la economía local:

La creación de un distrito comercial que incluya el Mercado Borbón y el Primer Mercado Mayorista Urbano Cooperativo del país puede generar un importante impacto económico en la zona, al promover y ofrecer una plataforma formal, segura y reconocida para la venta de productos locales y al apoyar a pequeños productores y agricultores.

2. Generación de empleo:

La creación de un distrito comercial que incluya al Mercado Borbón y el Primer Mercado Mayorista Urbano Cooperativo del país generará empleos para comerciantes, empresarios y trabajadores locales, lo que a su vez ayudará a dinamizar la economía urbana local.

3. Promoción y agregación de valor a los productos:

El Mercado Mayorista Urbano Cooperativo del país puede ser una excelente plataforma para la promoción de productos de toda índole, así como la agregación de valor a los productos recibidos de todas partes del país.

4. Mejora del entorno urbano:

La inclusión del Mercado Borbón y el Mercado Mayorista Urbano Cooperativo en el diseño de un Distrito Comercial ayudará a mejorar el entorno urbano de la ciudad, transformando una zona degradada en un espacio atractivo y vibrante para la comunidad y los visitantes.

5. Fortalecimiento de la economía cooperativa:

El Mercado Mayorista Urbano Cooperativo será el primero en su tipo en el país, lo que lo convierte en un proyecto innovador y relevante para el fomento de la economía cooperativa.

Su inclusión en el distrito comercial ayudará a fortalecer aún más este modelo económico y a promoverlo en la región.

6. Promoción de la identidad y la cultura local:

El Mercado Borbón es un lugar icónico de San José, por lo que su inclusión en un distrito comercial que alberga el Primer Mercado Mayorista Urbano Cooperativo del país puede promover la cultura local y la identidad de la zona

7. Mejora de la seguridad alimentaria:

Los Mercados Mayoristas de producto fresco pueden mejorar la seguridad alimentaria de la comunidad al ofrecer acceso a alimentos frescos y saludables a precios justos.

8. Promoción de la producción sostenible:

Los Mercados Mayoristas de producto fresco pueden promover la producción sostenible al fomentar la agricultura y la producción de alimentos nacionales y sostenibles tanto desde la perspectiva ambiental como socio productiva

9. Reducción de la huella de carbono:

La creación de Mercados Mayoristas de producto fresco puede ayudar a reducir la huella de carbono al reducir la necesidad de transporte de larga distancia para traer productos frescos a la ciudad.

10. Fortalecimiento de la comunidad:

Los Mercados Mayoristas de producto fresco pueden fortalecer la comunidad al fomentar la colaboración y el intercambio de ideas entre los productores y los comerciantes, y al promover el desarrollo de relaciones comerciales a largo plazo.

En conjunto, la concepción de un Distrito Comercial que albergue un mercado mayorista, urbano y cooperativo, puede ser un catalizador importante para el fomento de la economía local, la promoción de la cultura y la mejora del entorno urbano en la ciudad de San José de Costa Rica.



Los retos de un tren que va sumando aliados



Cual ferrocarril que va sumando vagones, ambos proyectos suma aliados y enamorados conforme se expone, divulga y comparte. Con la evidencia de este maravilloso efecto en quienes se enteran de este proceso y sus resultados, ambas iniciativas se encaminan a lograr a superar los retos inmediatos que están a la vista:

Concretar las Alianzas Públicas y Privadas, (APP) identificadas como necesarias para esta fase:



1. En el **ecosistema cooperativo**

El reto pasa por la vinculación efectiva, sostenida y con los impactos requeridos, entre COOPEBORBÓN R.L. y el resto del ecosistema cooperativo tanto productivo como institucional, a partir de la visualización del Mercado Mayorista Urbano Cooperativo como la ventana por excelencia para el estímulo de la producción asociativa y su respectiva colocación segura en el Mercado.

2. Con aliados en la **zona**

Es el buen momento para sumar fuerzas y esfuerzos en lo local de manera particular en el referente al impulso del Distrito Comercial Borbón, iniciativa que busca impactar sin restricción ni discriminación, a los comerciantes y habitantes de la zona.

3. Con **grupos impulsores**

Una de las aspiraciones en el corto plazo es poner en el mapa del interés urbano, tanto al Mercado como a la zona, procurando hacer de ella un destino seguro, y también obligatorio para quienes quieren entender y saborear a la ciudad de San José por completo. En estos grupos impulsores sobresalen colectivos que promueven el interés y rescate social, histórico y arquitectónico de San José Capital.

Los retos de un tren que va sumando aliados



4. Con la Academia

El ejercicio de prospecteo del futuro requerido para el Pasaje de las Frutas, derivó en el poder contar con más de 20 ideas potentes, concretadas en sus respectivas maquetas, todas ellas con interesantes elementos que prometen acercarnos con viabilidad y pertinencia a los resultados que estas iniciativas requieren. Además de la rama de la Arquitectura, de quien se espera también contar con aportes en la visualización urbanística del Distrito Comercial Borbón, es vital contar con el acompañamiento de profesionales en procesos complejos, como los aplicados por los Ingenieros Industriales, que permitan identificar la distribución del espacio y la dinámica necesaria para el prospecteo del Mercado Mayorista Urbano Cooperativo, en su fase inicial, haciendo uso del espacio y condiciones existentes.

5. Con el Gobierno Local de la ciudad

Este es sin duda uno de los puntos de asociatividad clave. Ambas iniciativas, de manera particular la referida al Distrito Comercial Borbón. Las múltiples dimensiones de los retos asociados pasan indefectiblemente por el concurso político, técnico,



jurídico y material de la Municipalidad y sus estamentos políticos, técnicos y administrativos. Ya San José ha tenido éxito en la delimitación y promoción de espacios urbanos definidos, como lo son la fusión entre el Paseo de los Estudiantes y el Barrio Chino, los corredores peatonales, compuestos por los diversos bulevares, de manera particular el de Avenida Central. Se suman otras iniciativas plenas de éxito como lo son el Corredor Gastronómico de Barrio Escalante, y más recientemente la iniciativa de Amón Cultural que incluye en su enfoque a los barrios de Aranjuez y Otoya. Estos sitios exudan identidad propia, con sus propios atractivos y oferta y sustento comercial, en consonancia y armonía con su historia y carácter, aspectos todos que nos hacen pensar sin dudar que el Distrito Comercial Borbón cumple abundantemente con las condiciones necesarias para ser gestionado articulada y exitosamente como el resto de sectores mencionados.

Agradecimiento

Liderazgo cooperativo en acción

Uno de los aspectos más significativos de este proceso, es que el ímpetu de cambio, la identificación de las oportunidades y el impulso de los anhelos, proviene del músculo de la propia cooperativa; de aquellos hombres y mujeres que hace poco más de un lustro, se encontraban en una situación de presión y de obligación de cambio sin precedentes para ellos.

Hoy, convencidos, ilusionados y comprometidos con un modelo operativo sustentado en Principios y en Valores, nos contagian de su entusiasmo y compromiso por ver un mejor mercado, un entorno sano, y una parte de la ciudad recuperada.

Nuestro reconocimiento a quienes integran los Órganos Sociales de COOPEBORBÓN R.L.

Consejo de Administración

Presidente: Gustavo Bonilla Murillo
Vicepresidente: Wagner Alvarado Fernández
Secretario: Max Esteban Zamora Chaves
Vocal 1: Mauricio Sánchez Retana
Vocal 2: Carmen Agüero Arce
Vocal 3: Pedro Zamora Chaves
Vocal 4: Randall Sánchez Arias
Suplente 1: Luis Quinto Ramírez Ramírez
Suplente 2: Mario Zúñiga Mora

Comité de Educación y Bienestar Social

Presidente: Víctor Córdoba Muñoz
Vicepresidente: Rodrigo Alvarado Naranjo
Secretario: Gabriel José Gaitán

Comité de Vigilancia

Presidente: José Araya Zúñiga
Vicepresidente: Milton Vindas Fonseca
Secretario: Mario Cruz Azofeifa

Gerentes:

Martha Estrada Solano
Nelson Alfaro Aguilar



El poder de una Academia presente y comprometida

Una de las fases del proceso más enriquecedoras y cargadas de ilusión, fue el observar la disposición y compromiso de las y los estudiantes de la Escuela de Arquitectura y Urbanismo del Instituto Tecnológico de Costa Rica, quienes se abocaron a brindar sus ideas, aportes y diseños en maquetas, comprendiendo

el uso requerido del espacio, combinado con el respeto a la historia, la identidad y la particularidad del inmueble, sus propietarios, usuarios y sus visitantes.

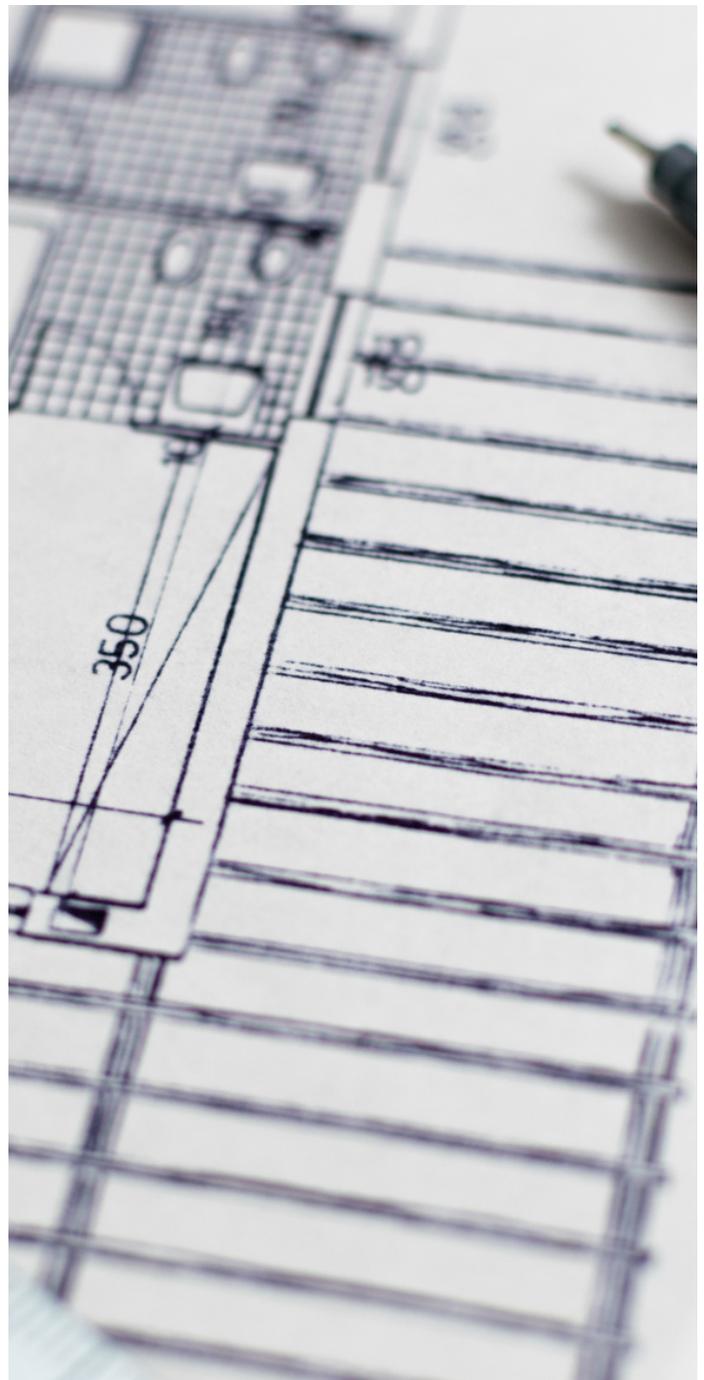
Nuestro agradecimiento particular a los Arquitectos y docentes, Tomás Martínez Baldares y José Pablo Bulgarelli Bolaños.

Estudiantes Grupo 1

Jordan Gerardo Barboza Campos
Marco Antonio Barrantes Elizondo
Juan Pablo Blanco Ureña
Luis Fernando Chacón Solórzano
Kishsia Chavarría Villagra
Natalia Elizondo González
George Miguel Hernández Zúñiga
Jesús Andrés Molina Zúñiga
Pamela Porras Alvarado
Montserrat Tencio Mora
Luciana Tenorio Jiménez
Wendy Tatiana Umaña Porras
Javier Antonio Umaña Sánchez
Kate Vargas Chinchilla
André Santiago Villegas Cartín

Estudiantes Grupo 2

Gabriela Alpízar Briceño
Beatriz Alexandra Araya Trejos
Gabriel Avendaño Miranda
Alonso José Blanco Villalobos
Michelle Peilin Cen Chen
Fiorella Chacón Zelaya
Dayrin Amalia Díaz Mora
Kevin Díaz Padrón
Arianna Hernández Valverde
Marycarmen Morales Montero
María Celeste Moreno Chavarría
Rebeca Muñoz Vargas
Mariana de los Ángeles Rodríguez Masís
María de Los Ángeles Sanabria Guadamuz
Andrés Sevilla Beauchamp
María Fernanda Solís Sojo
Steven Jesús Torres Carranza
Luis Fernando Trejos Aguilar
Ernesto Alonso Ugalde Bruno
Yalecsa Zúñiga Montero
Fiorella Chacón Mc



Equipo consultor responsable del diseño, ejecución y reporte del proceso



Cristina Calderón Mora

- Especialista en Liderazgo Cooperativo.
- Especialista en Neurocoaching & Neuroliderazgo.
- Certificada como promotora del Cooperativismo en Costa Rica.
- Especialista en Innovación y Emprendimiento asociativo.
- Consultora certificada en Design Thinking.



Esteban Izaguirre Hernández

- Consultor Certificado en Design Thinking, y en Innovación Social.
- Facilitador Certificado en Método de Aprendizaje Cooperativo.



T. +506 8571 1000

E. gerencia@procooprl.com

D. San Pedro de Montes de Oca, San José Costa Rica

Una Cooperativa que está transformado un Mercado

Un Mercado con capacidad de transformar la ciudad

En el corazón de San José, una muestra de cooperación tripartita está dando forma a una visión audaz para el futuro de la ciudad. En este artículo exclusivo, exploramos el fascinante viaje paso a paso que ha llevado a estas dos cooperativas, COOPEBORBÓN R.L. y PROCOOP R.L., con el decidido apoyo de la Fundación Friedrich Ebert; a repensar y reinventar el entorno vital de una parte significativa de la capital costarricense.

Desde el primer análisis hasta la conceptualización de proyectos transformadores, esta colaboración demuestra cómo la metodología innovadora del *Design Thinking* en asocio con la mentalidad cooperativa, puede catalizar cambios y soluciones creativas y significativas.

- En el corazón de la innovación y la transformación urbana, la Fundación Friedrich Ebert identifica e impulsa a los *Agentes de Cambio* que dan forma a un mañana que promete ser más vibrante y equitativo para todos.
- El *Design Thinking* en Acción se convierte en una fuerza impulsora para la creatividad y la innovación, desbloqueando soluciones imaginativas para desafíos urbanos complejos.
- Mercado Mayorista Urbano Cooperativo. Sumérgase en la visión de un mercado dinámico y moderno, que más que un centro de intercambio, está llamado a fungir como un epicentro de colaboración y desarrollo sostenible.
- Distrito Comercial Borbón. Explore las capas del proyecto que busca redefinir el espacio y el entorno del icónico Mercado Borbón, proponiendo una transformación integral que abarca comercio, cultura y comunidad.
- Viabilidad y Necesidad. Detalle en el análisis que respalda la viabilidad y necesidad de estas propuestas, desglosando la planificación estratégica y la consideración de factores clave.

Este artículo le llevará más allá de los titulares, para sumergirle en el tejido mismo de un cambio visionario. Acompáñenos en este viaje hacia un San José transformado, donde la cooperación y la creatividad se entrelazan para esculpir un futuro vibrante y viable.

Un artículo elaborado por



Con el apoyo y acompañamiento de

