

Análisis con enfoque de género de la cadena de valor de la zanahoria en Honduras

Silvia Eugenia Quiñonez

Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano

Honduras

Noviembre, 2016

ZAMORANO
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

Análisis con enfoque de género de la cadena de valor en Honduras

Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar
al título de Ingeniera en Administración de Agronegocios en el
Grado Académico de Licenciatura

Presentado por

Silvia Eugenia Quiñonez

Zamorano, Honduras


Noviembre, 2016

Análisis con enfoque de género de la cadena de valor de la zanahoria en Honduras

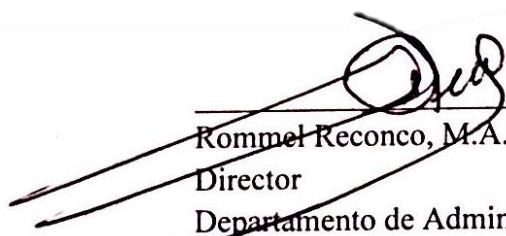
Presentado por:

Silvia Eugenia Quiñonez

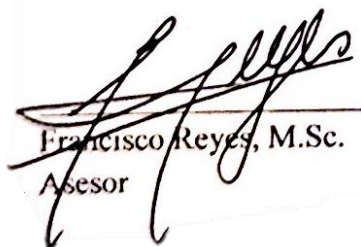
Aprobado:



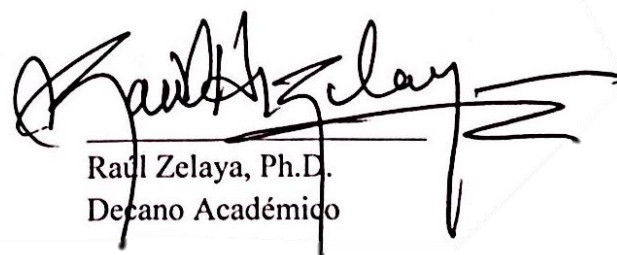
Arie Sanders, M.Sc.
Asesor principal



Rommel Reconco, M.A.E., M.F.
Director
Departamento de Administración de
Agronegocios



Francisco Reyes, M.Sc.
Asesor



Raúl Zelaya, Ph.D.
Decano Académico

Análisis con enfoque de género de la cadena de valor en Honduras
Silvia Eugenia Quiñonez

Resumen. Women in Agriculture Network es un proyecto que busca identificar el rol de la mujer en la cadena agrícola. El objetivo del estudio fue caracterizar la cadena de valor de zanahoria (*Daucus carota*) y analizar las relaciones dentro y entre las eslabones para identificar el papel de la mujer y su impacto en el medio social. Para este estudio se trabajó con productores afiliados a la Empresa Campesina Hortícola (ECH), Intibucá (Honduras). Se realizaron entrevistas semiestructuradas, talleres participativos, mapeos con metodología del CATIE, utilizando el Marco Analítico de Harvard y la Matriz de Empoderamiento para analizar la cadena de valor. Se identificó los eslabones de adquisición de insumos, producción, pos cosecha, comercialización y consumo. Las mujeres mostraron un 40% de participación en producción y un 90% en la cadena de comercialización semiformal e informal. La cadena de la zanahoria se ve predominada por los hombres ya que poseen mayor acceso y control de recursos, obteniendo mayores beneficios de ECH.

Palabras clave: Eslabones, hortalizas, roles de género, talleres participativos.

Abstract. Women in Agriculture Network is a project that seeks to identify the role of women in the agricultural chain. The objective of the study was to characterize the value chain carrot (*Daucus carota*) and analyze the relationships within and between links to identify the role of women and their impact on the social environment. For this study we worked with producers affiliated to the Peasant Horticultural Company (ECH), Intibucá Honduras. We made semi-structured interviews, participatory workshops, mapping with CATIE methodology using the Harvard Analytical Framework and Matrix Empowerment to analyze the value chain. The links in input procurement, production, post-harvest, marketing and consumption was identified. Women showed a 40% participation in production and 90% in the chain of semiformal and informal marketing. Carrot chain is predominated by men because they have greater access and control of resources, obtaining greater benefits from ECH.

Key words: Links, vegetables, gender roles, participatory workshops.

CONTENIDO

Portadilla	i
Página de firmas	ii
Resumen	iii
Contenido	iv
Índice de Cuadros, Figuras y Anexos.....	v
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. METODOLOGÍA.....	5
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	10
4. CONCLUSIONES	16
5. RECOMENDACIONES	17
6. LITERATURA CITADA.....	18
7. ANEXOS	21

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadro Página

1. Recopilación de información primaria. 6
2. Preguntas disparadoras de la matriz de empoderamiento..... 8
3. Participación por género en actividades de producción de zanahoria. 12

Figuras Página

1. Matriz de empoderamiento de la cadena, identificación de roles. 7
2. Mapa de la cadena de zanahoria con participación por género, ECH, Intibucá Honduras..... 14

Anexos Página

1. Entrevista a productores de zanahoria de ECH. 21
2. Entrevistas a proveedores de asistencia técnica para la producción de zanahoria. 22
3. Entrevista a tesorero de ECH 23
4. Entrevista a intermediarios de zanahoria..... 24
5. Entrevista a gerente de ECH..... 25
6. Matriz de perfil de actividades. 26
7. Matriz de control y acceso a los recursos..... 26

1. INTRODUCCIÓN

La cadena de valor se refiere a un sistema completo de producción, procesamiento y mercadeo desde su inicio hasta el producto terminado (Hellin y Meijer, 2006). Esto incluye actores que se encuentran vinculados por flujos de servicios, información, productos y dinero. Los colaboradores de la cadena son individuos y organizaciones que apoyan a los actores principales por medio de la provisión de servicios. La interacción entre los actores se da en un contexto el cual incluye tasas de cambio, impuestos, marcos legales, política económica del país y economía más grande en la cual un país se desenvuelve. De esta forma las características del contexto pueden facilitar o dificultar el desarrollo y crecimiento de una cadena (Laven y Pyburn, 2012).

El análisis de la cadena de valor en la industria agrícola permite identificar los puntos en donde se puede generar mayor valor para los consumidores. De la misma manera con este tipo de análisis es posible identificar las oportunidades que permiten incrementar su competitividad. Con los estudios sobre las cadenas de valor, se identifican dos tipos de actividades: a) las actividades primarias que se relacionan directamente con la fabricación o producción del bien o servicio brindado como lo son la producción, la logística y el apoyo; y b) las actividades secundarias o de apoyo que sirven de soporte a las actividades primarias como por ejemplo mantenimiento de instalaciones y recursos humanos (Porter, 1998).

Las agencias de desarrollo pretenden contribuir al desarrollo económico y la reducción de la pobreza en las zonas rurales. Con el fin de integrar pequeños productores en la cadena de valor agrícola de países en vías de desarrollo con apoyos financieros de cooperaciones internacionales. Para ello han realizado proyectos integrando a pequeños productores siendo esto relativamente exitoso, sin embargo no han logrado beneficiar a grupos marginales: agricultores sin tierra y mujeres rurales. Esto permitió establecer y fortalecer a organizaciones locales de pequeños productores facilitando su integración en el mercado. Un ejemplo es La Empresa Campesina Hortícola (ECH) en Intibucá, Honduras, es una asociación de pequeños productores que comercializan productos agrícolas en diferentes supermercados. En este estudio se analiza el papel de la mujer en la cadena de zanahoria en cual ECH juega un papel importante como intermediario entre productores y mercados de venta. El estudio fue realizado a través del proyecto “Women in Agriculture Network”, que busca identificar el rol de la mujer en actividades agrícolas en el “Corredor Seco” de Honduras y se trabajó en conjunto con Hugo Jose Leones Arcentales, quien realizó

caracterización de la cadena de valor de tomate con enfoque de género en Intibucá, y comparten información.

Los países en vías de desarrollo manejan las cadenas de valor a través de acuerdos informales. Ellos no utilizan documentos legales y confían que ambas partes cumplan con acuerdos establecidos verbalmente. Para el productor, los acuerdos de venta y compra normalmente están vinculados con otras transacciones, como el acceso a financiamiento y/o asistencia técnica (Chalmers *et al.*, 2012). Los acuerdos vinculados aseguran que el productor tiene los recursos necesarios para su producción y una venta garantizada. Por otro lado, para los intermediarios (compradores) los acuerdos son de gran importancia para asegurar la disponibilidad permanente del producto, cumplimiento de sus estándares de calidad, consolidación de los volúmenes de producto recibido y disminución de los costos de transacción (Köhn, 2014; Blandon, Henson, y Cranfield, 2009).

La participación de un productor en una cadena varía de acuerdo a la estructura y manejo por parte de actores que poseen mayor influencia. Tobin *et al.* (2016) encontraron que en la cadena de papa de Perú la participación de un productor se relaciona directamente a la disponibilidad de recursos para cumplir los requisitos de sus compradores. Actualmente las cadenas agrícolas tienden a incrementar las exigencias del producto: calidad, volumen, etiquetado, bajas cantidades de contaminantes, higiene, y trazabilidad. Esto provocó el fenómeno de exclusión a pequeños productores poco capacitados, productores alejados del mercado y exclusión por género. Además poseen poca inversión, limitado acceso a tecnología o tierra y poca disponibilidad de mano de obra (Swinnen y Maertens, 2014). Aunque no siempre se produce exclusión, cuando se produce es debido a factores propios de cada zona de estudio como son disponibilidad de mano de obra en Shondong, China (Miyata, Minot, y Hu, 2009), o cercanía al supermercado en Nicaragua (Michelson, 2013).

En Honduras, la cadena de valor de hortalizas se caracteriza por la alta participación de pequeños productores (Fromm, 2007). Esta participación tiene un impacto potencial para las economías locales y en la reducción de la pobreza rural (Barrett *et al.*, 2012). La participación de numerosos productores en la cadena tiene como resultado que el costo de transacción se eleve. Para minimizar estos costos, los agricultores recurren a organizaciones como cooperativas y asociaciones. Mediante éstas, los productores no solamente logran reducir sus costos de transacción (como transporte), sino también mejoran su poder de negociación con los compradores y su producción para cumplir con los requerimientos exigidos por los supermercados (Swinnen y Maertens, 2014). Las hortalizas se producen principalmente en los departamentos de Ocotepeque, Intibucá, La Paz, y Comayagua. Las zonas productivas se caracteriza por sus condiciones agroecológicas (templada y con suficiente lluvia) y por su acceso a la infraestructura (carreteras y mercados) (Blandon *et al.*, 2009). La cadena de valor hortícola en Honduras enfrenta problemas como escasez de mano de obra, exclusión, falta de tecnificación, baja productividad (Chalmers *et al.*, 2012).

La cadena puede tener diferentes vías como formal, semiformal e informal. Los beneficios y responsabilidades de los productores dependerán de la vía que elija dentro de la cadena. El análisis de cadena de valor puede tomar diferentes enfoques dentro de estos se encuentran los estudios con enfoque en sostenibilidad, en seguridad alimentaria, en el cliente o en género. El enfoque del presente estudio es sobre género, según Alvarez (2011) es una “manera sistemática de explorar los roles, responsabilidades actuales y potenciales de hombres y mujeres, su acceso y control sobre los recursos y beneficios”. El análisis de género refiere a los roles e identidad asociada de lo que significa ser un hombre o una mujer, tanto al nivel de un hogar como en la sociedad en general. Este aspecto es de gran importancia porque define como las responsabilidades y recursos son distribuidos entre el hombre y la mujer (Senders *et al.*, 2014).

Según Laven y Pyburn (2012) se estima que la participación femenina en el trabajo remunerado agrícola es alrededor de 50% a nivel mundial. Esta participación podría ser mayor si se toma en cuenta el trabajo no remunerado de las mujeres. En los países asiáticos esta participación puede oscilar entre un 60 hasta un 98%. Sin embargo, la productividad de las mujeres agricultoras es entre un 20 a 30% menor con respecto a sus homólogos masculinos. Esta diferencia se debe en gran medida a la desigualdad en acceso y control a recursos que afecta a las mujeres en el entorno agrícola.

En Honduras, por su parte, existen barreras asociadas a género donde algunas actividades denominadas “típicamente femeninas” tienen un estatus social y un sueldo menor que aquellas consideradas “típicamente masculinas” (Espinosa, 2011). Las mujeres suelen involucrarse en actividades de menor productividad o informales (Perdomo y Díaz Burdett, 2014). A pesar que se ha incrementado la inserción de mujeres en el mercado laboral, la carga de trabajo reproductivo no ha disminuido. Las mujeres asumen de forma casi exclusiva la crianza y cuidado de hijos así como tareas domésticas, esto conlleva a tener menor tiempo para dedicar a las actividades productivas o remuneradas (Ramírez Martínez, 2008).

Los resultados obtenidos de este estudio son de carácter cualitativos, es decir, son específicos, no se puede generalizar con ellos y son aplicables únicamente al producto zanahoria comercializado ECH. Por la disponibilidad de tiempo, el estudio sólo caracteriza la cadena de valor actual y no considera fluctuaciones por cambios culturales o estacionalidades del producto. El estudio buscaba caracterizar la cadena de valor de zanahoria y cuantificar los actores desagregados por género en cada eslabón de la cadena de ECH. Los objetivos específicos del estudio fueron:

- Identificar y mapear los eslabones de la cadena de valor del zanahoria, además de describir las interacciones de los actores de la cadena.
- Identificar los roles de los hombres y las mujeres en los eslabones de la cadena de valor de zanahoria de los productores de ECH.
- Caracterizar las principales limitaciones que se presenta actualmente en la cadena de zanahoria de los productores de ECH.

2. METODOLOGÍA

Recopilación de información. Para la realización del estudio se recurrió a actores claves, quienes son personas naturales o jurídicas que poseen información importante del fenómeno sujeto a investigación ya que están directamente relacionados con él (Tapella, 2007). Se consideraron actores claves a productores, intermediarios, proveedores de insumos, personal administrativo y de campo de ECH, vendedores locales y supermercados.

Para la identificación de los eslabones y actores involucrados en la cadena se realizó una revisión de literatura y de registros de ECH. En los registros de ECH se encontró información sobre los aspectos relacionados a la producción (área, volumen y uso de insumos), comercialización (precios y calidad requerida del producto) y organizacional (policías y tema de género).

Para la recopilación de información primaria se utilizaron como herramientas entrevistas semiestructuradas y talleres participativos. El fin de la entrevista semiestructurada fue identificar las funciones, roles, los eslabones, los actores, limitantes y cuantificación de actores (Anexos 1 a 5). Se realizó un total 13 entrevistas, distribuidas sobre todos los eslabones identificados. Las entrevistas fueron grabadas y luego transcritas. Mediante un sistema de codificación, se agrupó la información obtenida en categorías de características similares. Luego se relacionaron entre sí las categorías obtenidas en la codificación con los fundamentos teóricos de la investigación (Fernández, 2006).

Se realizaron dos talleres participativos simultáneos el 10 de marzo de 2016 en las instalaciones de ECH. Los talleres fueron grabados para asegurar la captación completa de las discusiones. Uno de los talleres fue de hombres al que asistieron seis personas y el otro de mujeres al que asistieron cuatro personas. Los participantes eran productores de zanahoria, esposas de productores o hijos de éstos. De las mujeres, dos tenían primaria completa, una de ellas no había completado la primaria y una más tenía secundaria incompleta, todas eran madres que ayudaban en la producción de zanahoria, o eran socias de ECH. Los hombres, por su parte cuatro tenían primaria completa, uno había terminado la secundaria y el otro tenía un técnico universitario.

Para los talleres se adaptaron dos etapas del Marco Analítico de Harvard utilizando metodologías de caja de herramientas de Senders *et al.* (2014). Esta herramienta permite

analizar brechas de género en un grupo meta, en términos de roles diferenciados de género, acceso y control a recursos económicos (UNIFEM, 2009).

Cuadro 1: Recopilación de información primaria.

Herramienta	Cantidad	Tipo	Variables
Entrevistas Semiestructuradas	5	Personal ECH/Junta Directiva	Volúmenes de venta, canales de distribución, beneficios y requisitos estándar de calidad. Requisitos para ser socio, Limitantes para expansión de la cooperativa.
Talleres Participativos	1	Socios hombre	Producción, extensión, beneficios insumos, financiamiento, limitantes.
Talleres Participativos	1	Socios mujeres	Producción, extensión, beneficios insumos, financiamiento, limitantes.
Entrevistas Semiestructuradas	2	Intermediarios	Proveedores, volúmenes manejados, precios, limitantes.
Entrevistas Semiestructuradas	2	Compradores especializados	Estándares de compra, volumen, proveedores, periodo de pago, rechazo de producto, precios. Limitantes para ingreso a este mercado.

Mapeo de la cadena de valor con enfoque de género: Se utilizó metodología para análisis con enfoque de género utilizada por el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) la cual se basa en la metodología de Diseño de Estrategias para Aumentar la Competitividad de Cadenas Productivas con Productores de Pequeña Escala (Lundy *et al.*, 2004), complementada con Value Links (Agencia Alemana de Cooperación Técnica GTZ, 2007) y con enfoque de género de Flores *et al.* (2005) para realizar el mapeo se seguirán estos pasos:

- a. Identificación de la secuencia de eslabones desde proveedores de insumos hasta el consumo final.
- b. Para cada eslabón que se identificó se ubicó a los actores de la cadena y se separó por género.
- c. Se identificaron las funciones y actores en el mapa, colocando las relaciones entre los actores, sean formales e informales.

- d. Se colocaron en cada eslabón información sobre el flujo del producto y personas (por género) que participan en las transacciones así como las limitaciones u oportunidades que éstos tienen.
- e. En cada eslabón se colocaron información sobre las funciones que realizan hombres y mujeres y la proporción de estos (Flores *et al.*, 2005).

Matriz de empoderamiento de la cadena: La limitante de la metodología del mapeo de cadena de valores es su carácter descriptivo. Para resolver esta limitante se utilizó la “Matriz de Empoderamiento con enfoque de género” (KIT, *et al.*, 2012) para identificar con mayor profundidad el papel que juega la mujer en la cadena.

La matriz de empoderamiento en la cadena observa el empoderamiento del agricultor en términos de actividades y gobernabilidad dentro de la cadena de valor. Sin embargo con la integración de género se analizan otros factores como acceso a recursos materiales, humanos y sociales, y pueden ser demandas presentes o futuras. Otro factor a evaluar es Agencia, la “capacidad de definir las propias metas y actuar en consecuencia” (Kabeer 1999). También toma en cuenta el concepto de estructura que refiere a los reglamentos, costumbres, hábitos y tradiciones que o bien impiden o habilitan a las mujeres para realizar más actividades en la cadena, asumir roles de liderazgo o de toma de decisiones (KIT *et al.*, 2012).

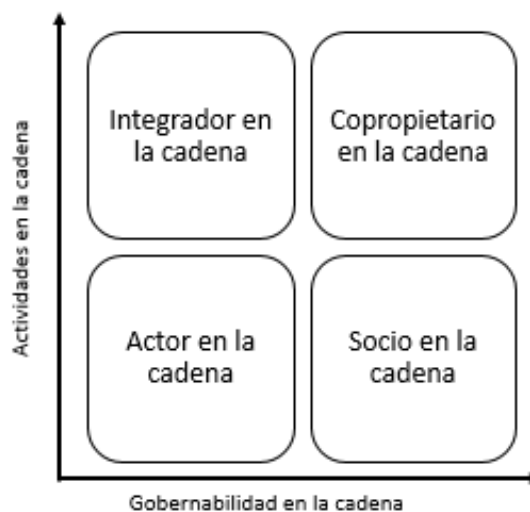


Figura 1: Matriz de empoderamiento de la cadena, identificación de roles. Adaptado de: KIT *et al.*

La matriz posee cuatro cuadrantes o roles dentro de la cadena. El primero, actor en la cadena, indica que los individuos participan en actividades como especialistas sin participar en otros eslabones. Los integradores en la cadena, participan en más de un eslabón de la

cadena y tienen a ser más visibles, tienen control sobre ingresos que pueden recibir. Los socios en la cadena, se caracterizan por tener capacidad de crear grupos y trabajar de forma colectiva, crear alianzas y establecer reglamentos. El cuadrante copropietario en la cadena, tienen a ser grupos de personas con la capacidad de desarrollar vínculos con otros actores de la cadena en diferentes eslabones, usualmente el eslabón con el que más vínculos se desarrollan es la comercialización.

Al integrar género esta matriz analiza: integración vertical en la cadena se refiere a las actividades que desarrollan hombres y mujeres (Actividad), la integración horizontal refiere el poder de decisión que los individuos tienen en la cadena (Gobernabilidad). También analiza la dinámica de género en el hogar y la comunidad (Agencia), es decir a la capacidad que tienen los individuos de tomar decisiones en estos ambientes y cómo afectan la dinámica interna. En el contexto institucional con sus normas, y valores define la estructura en la cual los individuos funcionan en una cadena de valor (Estructura), es decir la capacidad de organizarse que poseen.

Para identificar el papel de ECH, de hombres y mujeres dentro de la cadena se desarrollaron los cuatro temas de la matriz con integración de género. Fue necesario responder a preguntas categorizadas por variable de acuerdo a KIT *et al.* (2012).

Cuadro 2: Preguntas disparadoras de la matriz de empoderamiento.

Variable	Preguntas
Integración vertical en la cadena	¿Qué actividades realizan mujeres y hombres en la cadena? ¿Qué beneficios obtienen mujeres y hombres?
Integración horizontal en la cadena	¿Quién determina las condiciones bajo las cuales estas actividades se hacen y cómo se distribuyen los beneficios?
Dinámica de género en el hogar y la comunidad	¿Cómo afectan los cambios en las primeras dos dimensiones en la división sexual del trabajo, los activos y las decisiones en el hogar? ¿Cómo afectan los cambios en las dos primeras dimensiones en la dinámica de género en la comunidad?
Contexto institucional: reglas, normas y valores	¿Qué factores económicos, políticos y sociales permiten o limitan el empoderamiento de las mujeres en las otras tres dimensiones? ¿Cómo pueden los cambios en las dos primeras dimensiones influir en el contexto institucional?

Para fines de este estudio el contexto institucional se basó en ECH. La dinámica de género se enfocó a la cadena de valor y el hogar, no se consideró la comunidad.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Empresa Campesina Hortícola (ECH). Esta empresa trabaja como comercializadora de productos hortícolas. Sus principales rubros son papa, zanahoria, frutas de temporada y repollo. Semanalmente comercializa entre 70,000 y 100,000 libras de producto, principalmente de papa. Su zona de influencia para la parte productiva son los municipios de Intibucá y Yamaranguila. Sus principales mercados de ventas son los supermercados (Supermercados La Colonia, Supermercados La Antorcha) ubicadas en las dos zonas urbanas principales del país (Tegucigalpa y San Pedro Sula). Además, trabaja con una cadena de restaurantes en San Pedro Sula.

En ECH la mitad de los trabajadores son mujeres que desempeñan cargos administrativos, tesorería, servicios con socios y supermercados y labores en planta de clasificado y lavado de producto. Los hombres también participan en cargos administrativos, de esta forma la gerencia de la empresa está a cargo de un hombre. Así mismo, la comercialización y asistencia técnica y en planta son cargos ocupados por hombres. A nivel de la planta los hombres desempeñan las labores de recibo, traslado y despacho de producto, algunas veces también apoyan en la clasificación del producto, pero esto no es algo usual.

La cadena de papa en que participa ECH como intermediario está formada por los eslabones de adquisición de insumos, producción, poscosecha y comercialización (formal e informal), que a su vez son actividades primarias. En las actividades de soporte, se encontraron el financiamiento, asesoría técnica, y servicio de transporte gestionado a través ECH y apoyo de organizaciones externas. Para los fines de la investigación no se analizó el eslabón de consumo debido a que no se podía tener acceso a los datos.

Cadena de valor: El primer eslabon incluye la gestión del financiamiento y la adquisición de los insumos como fertilizantes y semillas. Mediante un convenio entre ECH, las casas comerciales (CADELGA y COHORSIL) y el banco FICHOSA. Los socios que son sujetos al financiamiento (sin deudas anteriores) gestionan el financiamiento vía ECH. Una vez aprobados, ellos reciben el credito en especie a través de las casas comerciales. Mientras las casas comerciales cobran el valor de los insumos adquiridos directamente a Banco Ficohsa. Es la empresa ECH que responde ante el Banco. En el caso que la compra de los insumos es en grupo, ECH facilita el transporte.

El eslabón de adquisición de insumos tiene una mayor participación de hombres que de mujeres (75% hombres contra un 25% de mujeres). Dentro las casas comerciales las actividades como la atención al cliente, ventas y administración son principalmente realizadas por mujeres. El traslado de los insumos, la promoción de las ventas, la seguridad y la administración son actividades realizadas por los hombres. Son los productores masculinos que se encargan del financiamiento y la adquisición de los insumos. Con respecto a esto tema uno de los entrevistados expresó que: “Las mujeres poseen menos conocimientos que los hombres, y algunas actividades pesadas representan barreras para ellas” (entrevista personal).

El eslabón productivo comprende desde la preparación del terreno hasta la cosecha. Los actores principales de este eslabón son los productores, ECH (provee asistencia técnica) y la mano de obra utilizada en la producción. Los productores son los tomadores de decisiones y quienes en su mayoría tienen el acceso y control sobre los recursos (tierra, financiamiento, etc.). Entre las actividades que se realizan están la preparación de la tierra y camas, siembra, fertilización, raleo, aplicación de agroquímicos, riego y cosecha. Las actividades son usualmente realizadas con mano de obra familiar y en el caso necesario con mano de obra contratada de la comunidad.

La demanda de mano de obra es mayor en actividades como preparación de suelo, siembra, raleo y cosecha, donde se recurría a la contratación de mano de obra. En las actividades como fertilización y aplicación de agroquímicos usualmente participaban la familia, donde participaban esposo y esposa o padre e hijos como mano de obra no remunerada. Durante la producción, actividades como acarreo de agua, siembra, raleo y comercialización informal tienen mayor participación femenina que comercialización formal, preparación de suelos o la aplicación de agroquímicos (Cuadro 3). Al preguntar durante los talleres los motivos, los participantes explicaban que para las actividades que requerían habilidad motriz ellos preferían mano de obra femenina, ya que según su percepción, la mujer es “más delicada de las manos”, es decir, habilidad para manipular objetos fáciles de dañar o muy pequeños. Por otra parte, los participantes comentaban que actividades relacionadas a levantar objetos pesados, o realizar esfuerzo físico eran designadas a hombres ya que los consideraban “más fuertes”. De todos los productores de zanahoria que pertenecen a ECH, solamente 10% son mujeres. La mayoría de los productores siembran diferentes hortalizas, como repollo, papa y lechuga, para diversificar su portafolio de producción.

Cuadro 3: Participación por género en actividades de producción de zanahoria.

Actividades	Participación Femenina	Participación Masculina
Cosecha	+++	+
Siembra	+	+++
Preparar la tierra	+	+++
Fertilizar	++	++
Preparar camas	+	+++
Desmalezar	+	+++
Riego	++	++
Comercialización Formal	+	+++
Raleo	++	++
Aplicación Agroquímicos	+	+++
Comercialización informal	++++	+
Acarreo de Agua	+++	+
Financiamiento	+	++++
+ Baja Participación		
++++ Alta Participación		

Por medio de la asistencia técnica ofrecida por ECH se elabora el plan de siembra. La asistencia técnica se provee de manera individual o grupal. A través de las reuniones grupales, los productores son capacitados en temas que están relacionados al ciclo de producción. La capacitación puede ser destinada a los socios o a los miembros de la familia del socio. Al momento de proveer la asistencia técnica, los técnicos de ECH suelen verificar la calidad del producto. La decisión sobre la fecha de cosecha es tomada por el técnico y depende de la edad del cultivo y de tamaño de la zanahoria. Esto se verifica a través de un muestreo. Cabe destacar que todos los técnicos de ECH son hombres. La participación de mujeres es relativamente alta, y es alrededor de 40%.

La participación total en actividades de producción es de 60% por hombres. Esto calculado con base a la cantidad de mano de obra utilizada en cada actividad ya que no poseen tecnología agrícola, todas las actividades son realizadas de forma manual.

En la fase de poscosecha y comercialización la cadena se divide en tres canales de comercialización: formal, semiformal e informal. La parte formal es la vía que permite obtener mayor precio por el producto y a su vez es la más exigente en cuanto a calidad. La vía informal, tiene pocas restricciones de calidad y los precios son relativamente bajos. La vía semiformal se encuentra en un intermedio de las dos anteriores y es a través de intermediarios locales.

En la vía formal, el productor entrega entre el 80 y 85% de su producción a ECH. Cuando el asistente técnico ha aprobado la cosecha, el productor realiza un lavado y preclasificado del producto en el campo, incluyendo la eliminación del follaje. Al llegar a ECH, se realiza el clasificado definitivo, donde se verifica que cumpla con los estándares de calidad tales como cinco centímetros de diámetro en la parte más ancha, largo entre 14 a 20 cm, rectas y que no posea bifurcaciones, heridas, cicatrices ni pudriciones. ECH se encarga del traslado del producto, aunque el costo del transporte se deduce del pago al productor. Los productores reciben su pago una semana después de la entrega del producto, son los hombres que entregan el producto y realizan el cobro.

Fuera de zanahoria, ECH también comercializa productos como repollo, papa y lechuga. Debido a que la producción de sus socios no es suficiente para cubrir la demanda, ECH trabaja con productores grandes (mayor a 0.7 ha de cultivo) denominados como socios comerciales. Estos socios son en su totalidad hombres y representan casi el 40% de las compras totales de ECH.

ECH comercializa con Supermercados La Colonia, Supermercado La Antorcha y Walmart. La zanahoria se comercializa por peso y se realiza la entrega en cajas de plástico, a las 2:00-3:00 am. La participación en esta vía es 60% masculina que realiza actividades como traslado de productos, control de calidad y ventas. La parte femenina que representa 40% de la participación desarrolla actividades como control de calidad, ventas, atención al cliente, clasificación entre otros.

El producto que no cumple con los estándares de calidad para la venta en el supermercado suele ser comercializado por medio de la vía semiformal. De esta manera, por medio de ECH el producto es vendido a los intermediarios. Los intermediarios que compran el producto a ECH suelen ser empleados o familiares de empleados de la misma empresa. La mayoría de estos intermediarios compran principalmente papa. Así mismo, existen dos intermediarios que suelen comprar hortalizas que procesa ECH. Un empleado de ECH adquiere el producto de la empresa y lo lleva al Mercado Artesanal de Intibucá. Una vez en el mercado lo vende a los minoristas locales o bien a intermediarios que llevan el producto a las zonas rurales. El otro intermediario es una mujer, ella es familiar de un empleado de ECH. Esta intermediaria suele comercializar las hortalizas en zonas rurales y las que compra directamente de ECH las lleva al mercado local de Siguatepeque. ECH le provee alrededor de 30% del volumen que comercializa. La zanahoria en esta vía se comercializa sin follaje alrededor de L. 1.00 a L. 2.00 la unidad.

Dentro de la vía de comercialización informal, los productores suelen proveer de zanahoria al Mercado Artesanal de Intibucá los martes, jueves o sábados a partir de las tres de la madrugada. Usualmente los productores organizan un transporte colectivo para su producto. El producto es vendido en su mayoría a los minoristas locales, sólo una vez de

cada diez veces se vende el producto a un intermediario. La dinámica de venta es simple, el productor llega con zanahoria en mazos dentro de sacos y se coloca en el estacionamiento. La persona que comprará la zanahoria pasa viendo el producto y negociando el precio. La mayoría de veces son dos personas las encargadas de hacer la compra, quien compra el producto usualmente es una mujer y es la que decide a quién comprar, cuánto comprar y realiza los pagos. La otra persona que la acompaña suele ser hombre, este se encarga de trasladar el producto a los puestos en el mercado. Según los entrevistados 8 de cada 10 veces quien lleva el producto al mercado son mujeres. La calidad de la zanahoria varía de acuerdo al intermediario, sin embargo todos exigen que el producto tenga follaje y que no tenga insectos o pudriciones. En poscosecha las actividades que realizan es solamente remoción de follaje dañado y se comercializa en mazos de 4 unidades con pesos entre 1.0 a 1.5 lb, y precio entre L. 2.00 a L. 6.00. Esta vía está dominada en su mayoría por mujeres.

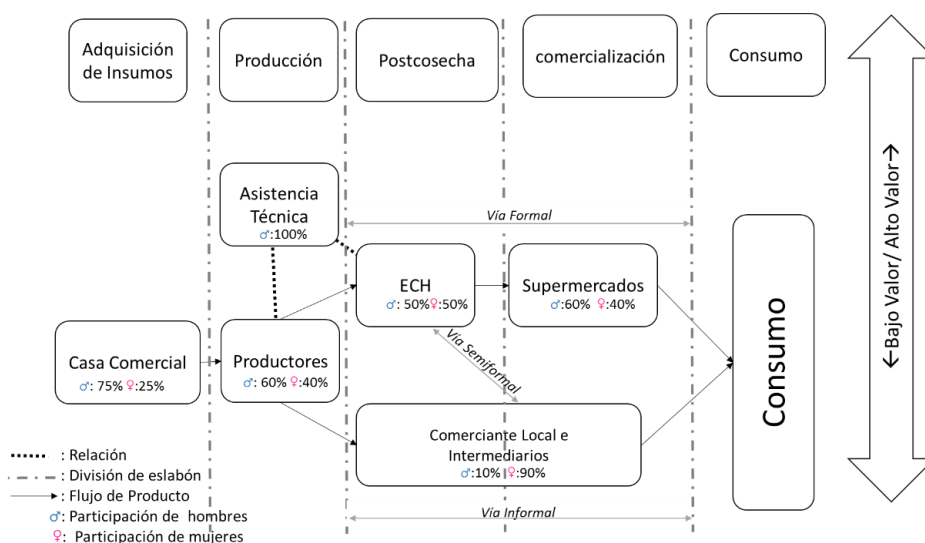


Figura 2: Mapa de la cadena de zanahoria con participación por género, ECH, Intibucá Honduras.

Análisis de la cadena: ECH en la matriz de empoderamiento es un copropietario de la cadena y posee relaciones con casas comerciales, tiene el acceso y control del financiamiento y sirve como enlace con los supermercados. ECH participa en los eslabones de adquisición de insumos, poscosecha y comercialización. La toma de decisiones la realizan la mayoría de veces la junta directiva, conformada por socios que en su mayoría son hombres. Las decisiones operativas son tomadas por el gerente. En ECH se puede observar una clara división del trabajo en las tareas asignadas por género. Las mujeres realizan actividades de clasificación y aunque algunas estén en cargos administrativos, su influencia en la gestión de ECH es mínima.

La mujer productora tiene como prioridad el bienestar en el hogar y como actividad secundaria apoyar en las labores agrícolas. Las mujeres en la producción siguen órdenes y procedimientos establecidos por los hombres y trabajan, igual como sus hijos, como mano de obra no remunerada. De esta forma contribuye a disminuir los costos de producción y por ende, ofertar a precios bajos.

Los productos para el mercado formal solamente pueden ser entregados por los socios, de igual manera el pago por parte de ECH es directamente al socio. Debido a que el número de socios femeninos es reducido (10%), lo cual implica que su participación en la comercialización formal es limitada. La mujer domina en las vías de comercialización semiformal e informal, pero es en el sector formal donde los productores reciben un mayor precio y donde la demanda es más constante.

En la comercialización tanto semiformal como informal, las mujeres trabajan extensas jornadas de hasta de 15 horas comprando y vendiendo hortalizas. En este eslabón, a pesar que las mujeres son las tomadoras de decisiones, los recursos y servicios son limitados. Los beneficios son pocos en comparación al tiempo que se invierte en la actividad de venta y a los beneficios obtenidos en la vía formal.

Si bien las mujeres productoras son activas en el eslabón de la producción, rara vez son responsables para la comercialización del producto. Cuando lo hacen son pocas las productoras que tienen el control sobre los ingresos generados de esta venta (15% de la producción). Esto como consecuencia de los roles de género, que asignan al hogar a las productoras. En el caso de las mujeres en la comercialización ellas también se encargan de actividades del hogar antes de iniciar su jornada laboral, pero el tiempo que invierten en el hogar es menor al que invierten las mujeres involucradas en producción. La posición de las mujeres en la matriz de empoderamiento es de actor de la cadena, donde las mujeres participan de forma individual en diversas actividades, volviéndose casi especialistas en las actividades que realizan.

Los hombres, a diferencia de las mujeres, tienen mayor acceso al financiamiento al representar en un 90% la matriz de socios de ECH. La mayoría de decisiones tanto en la producción como hacia donde se destinan los ingresos por venta de zanahoria, la toman ellos. Estos ingresos son el 85% de la producción y algunas veces, ellos también comercializan su producto con intermediarios y también controlan los ingresos de esta parte de la producción. Son los mayores beneficiarios de los servicios que brinda ECH (asistencia técnica, financiamiento y comercialización). Además de ser quienes en su mayoría deciden como se realiza el uso de recursos, como se realizan las actividades y sobre todo actividades realizaran las mujeres en los eslabones donde ellos tienen alta participación.

4. CONCLUSIONES

- Se identificaron los eslabones de adquisición de insumos, producción, poscosecha y comercialización conformados principalmente por CADELGA, COHORSIL, pequeños agricultores, ECH y supermercados, que mediante acuerdos, permiten que la zanahoria fluya en mayor volumen por la vía forma, la participación por género en los eslabones fue: 25% participación femenina en adquisición de insumos, 40% en producción, 90% en la vía informal, 50% en ECH y 40% de participación femenina en los supermercados.
- Los roles de los hombres a lo largo de la cadena, son principalmente tomador de decisiones en el eslabón productivo y percibido como mano de obra fuerte mientras que las mujeres se perciben como hábiles y cuidadosas y en su mayoría de veces no tienen acceso y control a recursos.
- Las limitaciones para los productores son principalmente tecnológicas ya que prácticamente carecen de ella y la línea base de socios de ECH también se considera limitante para la participación equitativa por género ya que son en su mayoría hombres.

5. RECOMENDACIONES

- Mejorar la posición de las mujeres en la cadena mediante alianzas y fondos exclusivos para mujeres que permitan que ECH aumente la participación femenina en sus actividades. Incluyendo la autorrealización de su personal para ser más atractivo para los agricultores especialmente para mujeres y fomentar la participación de ésta en varios eslabones.
- Promover la participación femenina a lo largo de la cadena mediante incentivos hacia los productores. Para esto es importante tomar en cuenta la participación que tiene la mujer en el eslabón productivo y el acceso y control a recursos que posee. Mientras mayor sea el acceso y control de recursos que posee mayor será el incentivo. De preferencia dar incentivos no económicos (reconocimientos, menciones honoríficas).

6. LITERATURA CITADA

Agencia Alemana de Cooperación Técnica GTZ. (2007). ValueLinks Manual: Metodología para el Fomento de la Cadena de Valor. Eschborn. Recuperado de <http://www.valuelinks.org/index.php/material/manual>

Agencia Catalana de Cooperació per el Desenvolupament & Fundació Surt. (2002). Maleta Pedagógica: Un equipaje para la Interculturalidad: Modulo 1: Equidad de Género. Recuperado de http://www.surt.org/maletaintercultural/pdf/M1_Dinamicas.pdf

Alvarez, E. (2011). Metodologías Innovadoras: Tema: Importancia de la Perspectiva de Género. Recuperado de <http://innovadocentes.blogspot.com/2010/12/tema-importancia-de-la-perspectiva-de.html>

Barrett, C. B., Bachke, M. E., Bellemare, M. F., Michelson, H. C., Narayanan, S., y Walker, T. F. (2012). Smallholder Participation in Contract Farming: Comparative Evidence from Five Countries. *World Development*, 40(4), 715–730. doi:10.1016/j.worlddev.2011.09.006

Blandon, J., Henson, S., y Cranfield, J. (2009). Small-scale farmer participation in new agri-food supply chains: Case of the supermarket supply chain for fruit and vegetables in Honduras. *Journal of International Development*, 21(7), 971–984. doi:10.1002/jid.1490

Chalmers, G., Haidara, M., Alvarez, E., y Chiriboga, G. (2012). FIELD Report No. 14: Sustainability in the Honduran Informal Market System. Recuperado de https://www.microlinks.org/sites/microlinks/files/resource/files/FIELD%20Report%20No%2014%20Sustainability%20in%20the%20Informal%20Honduran%20Market%20System_final.pdf

Espinosa, I. (2011). Honduras: una aproximación a la situación de las mujeres a través del análisis de los indicadores de género. Serie mujer y desarrollo: Vol. 106. Santiago de Chile: Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, División de Asuntos de Género.

Fernández, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? Recuperado de <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>

Flores, S., Lindo, P., Ulloa, S., Lucero, M., Olivares, M., Francis, J., ... Gutiérrez, V. (2005). Pautas Conceptuales y Metodológicas: Análisis de género en Cadenas de Valor. Recuperado de http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/15831/original/Pautas_Conceptuales_y_Metodologicas.pdf

Fromm, I. (2007). Upgrading in Agricultural Value Chains: The Case of Small Producers in Honduras. Recuperado de <https://www.ciaonet.org/attachments/2676/uploads>

Hellin, J. y Meijer, M. (2006). Lineamientos para el análisis de cadena de valor. Recuperado de http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/LISFAME/Documents/Ecuador/Guia_Cadena_Valor.pdf

KIT, Agri-ProFocus, y IIRR. (2012). Mujeres al frente: Equidad de género en el desarrollo de la cadena de valor agrícola. Amsterdam.

Köhn, D. (Ed.). (2014). Finance for Food: Towards New Agricultural and Rural Finance. Heidelberg, New York: Springer Open.

Laven, A., y Pyburn, R. (2012). Challenging chains to change: Gender equity in agricultural value chain development. Amsterdam, Nairobi Kenya: Royal Tropical Institute; IIRR.

Lundy, M., Gottret, M. V., Cifuentes, W., Ostertag, C. F., y Rupert, B. (2004). Diseño de estrategias para aumentar la competitividad de cadenas productivas con pequeños productores de pequeña escala: Manual de campo. Recuperado de <http://ciat-library.ciat.cgiar.org:8080/jspui/handle/123456789/1093>

Michelson, H. C. (2013). Small Farmers, NGOs, and a Walmart World: Welfare Effects of Supermarkets Operating in Nicaragua. *American Journal of Agricultural Economics*, 95(3), 628–649. doi:10.1093/ajae/aas139

Miyata, S., Minot, N., y Hu, D. (2009). Impact of Contract Farming on Income: Linking Small Farmers, Packers, and Supermarkets in China (núm. 11). *World Development*, 37, pp. 1781–1790. Recuperado de http://www.fao.org/uploads/media/Impact%20of%20contract%20farming%20on%20income_%20linking%20small%20farmers_%20packers_and%20supermarkets%20in%20China.pdf

Perdomo, R. y Díaz Burdett, M. (2014). Análisis de la pobreza en Honduras: Caracterización y análisis de determinantes 2013-2014.

Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance* (First Free Press edition). New York: Free Press.

Ramírez Martínez, A. (2008). Situación de las mujeres rurales, Honduras. Santiago, Chile: FAO, Oficina Regional América Latina y el Caribe.

Senders, A., Lentink, A., Vanderschaeghe, M., y Terrillon, J. (2014). Género en cadenas de valor: Caja de herramientas prácticas para integrar una perspectiva de género en el desarrollo de cadenas de valor agropecuarias. Recuperado de <http://agriprofocus.com/upload/GenderToolkitSPANISH1426607706.pdf>

Swinnen, J. F. M., y Maertens, M. (2014). Finance Through Food and Commodity Value Chains in a Globalized Economy. En D. Köhn (Ed.). *Finance for Food. Towards New Agricultural and Rural Finance* (pp. 45–65). Heidelberg, New York: Springer Open. Doi: 10.1007/978-3-642-54034-9_3

Tapella, E. (2007). El mapeo de Actores Claves, documento de trabajo del proyecto Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario”. Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research (IAI). Recuperado de <https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>

7. ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a productores de zanahoria de ECH.

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a los productores de zanahoria de ECH para la caracterización de la cadena de zanahoria en Intibucá, Honduras.

Nombre del productor o grupo de productores: _____

Zona de producción: _____

1. ¿Qué área cultiva?
2. ¿Es usted el propietario o propietaria del área?
3. ¿Cuántos años lleva produciendo?
4. ¿Cuáles son los insumos que necesita para la producción?
5. ¿Quiénes son sus proveedores de insumos? ¿Cómo los adquiere?
6. ¿Cuánto invierte en los insumos?
7. ¿Cómo financia la producción?
8. ¿Cuál es el rendimiento por manzana?
9. ¿Cuáles son las fechas fuertes de cosecha?
10. ¿Cuál es nivel tecnológico para la producción? (observación)
11. ¿Qué ventajas ha visualizado el soporte técnico recibido por ECH? ¿Qué tan bueno es?
12. ¿Qué otros beneficios recibe al pertenecer a ECH?
13. ¿Aproximadamente cuánto es el costo de la tecnología que usa?
14. ¿A quién le venden su producto? ¿Qué cantidad y con qué frecuencia?
15. ¿Cuánto es el ingreso que percibido por la producción? ¿A cuánto lo vende? ¿Cuánto vende?
16. ¿Cuánto le cuesta la producción?
17. ¿Cuáles son los accesos que tienen para obtener recursos?
18. ¿Qué regulaciones de calidad tienen para poder ser un proveedor de zanahoria?
19. ¿Qué actividades realiza en la producción de zanahoria?
20. ¿Cuántos trabajadores participan en cada actividad? ¿Cuántas mujeres y cuántos hombres?
21. ¿Qué factores toma en cuenta para contratar mujeres?
22. ¿Qué tan productiva es la mano de obra femenina y la mano de obra masculina en las actividades que realizan?

Anexo 2: Entrevistas a proveedores de asistencia técnica para la producción de zanahoria.

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a los proveedores de asistencia técnica para la caracterización de la cadena de zanahoria de ECH en Intibucá, Honduras.

Nombre del entrevistado:

1. ¿Qué zonas de influencia de ECH recibe asistencia técnica por su persona?
2. ¿De sus técnicos de campo cuantas son mujeres y cuántos son hombres?
3. ¿Cuántos hombres y cuantas mujeres productoras de zanahoria asisten técnicamente?
4. ¿Existe diferencia para la asistencia técnica por género?
5. ¿Quién es más accesible a aplicar sus recomendaciones, los productores o las productoras?
6. ¿Cómo es la relación que se mantiene con los productores y los asesores técnicos?
7. ¿Cómo pueden tener acceso a su asistencia, que requisitos necesita el socio o socia?
8. ¿Cuáles son las principales razones por las que brindan asistencia a los productores?
9. ¿Qué beneficios obtiene ECH de la asistencia en campo?
10. ¿Cómo se distribuyen las zonas de influencia para asistencia técnica?
11. ¿Cuáles son las actividades que realizan en la asistencia técnica?
12. ¿En cuales aspectos los productores reciben mayor asistencia técnica? ¿Por qué?

Anexo 3: Entrevista a tesorero de ECH

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista al tesorero de ECH para la caracterización de la cadena de zanahoria con enfoque de género en Intibucá, Honduras.

Nombre: _____

¿Cómo obtiene financiamiento ECH para sus operaciones?

¿Qué tipo de ayuda financiera brindan a sus asociados?

¿Qué requisitos les exigen a los asociados para tener ayuda financiera?

¿Cómo obtienen ganancias ECH de la comercialización de zanahoria?

¿Qué precio pagan a los productores y proveedores de zanahoria, con relación al precio del comprador especializado?

¿Qué tan rentable es la comercialización de zanahoria para ECH?

¿Cada cuánto se negocia el precio del zanahoria con los compradores de ECH?

¿Cada cuánto les pagan a los productores de zanahoria?

Anexo 4: Entrevista a intermediarios de zanahoria.

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a los intermediarios o coyotes de zanahoria para la caracterización de la cadena de zanahoria en Intibucá, Honduras.

Nombre: _____

1. ¿Cuántos productores le proveen zanahoria?
2. ¿Con que frecuencia compran zanahoria?
3. ¿Cuánto tiempo pasa para que lo venda?
4. ¿Qué cantidad de zanahoria le proveen?
5. ¿De los productores de zanahoria sabe cuántos son mujeres y cuántos son hombres?
6. ¿Existe diferencia de compra en si es una productora o un productor? Si las hay ¿Cuáles?
7. ¿Cuál es el precio que pagan al productor por libra, con relación al precio del mercado?
8. ¿Qué actividades realiza en la intermediación?
9. ¿A cuántas personas emplean y que cantidad de hombres y mujeres?
10. ¿Cuáles actividades realizan las mujeres y cuáles los hombres?
11. ¿A qué precio venden el zanahoria con relación al precio del mercado?
12. ¿Existe diferencia de productividad entre el trabajo de las mujeres y los hombres?
13. ¿Quiénes son sus compradores? (¿Asociaciones, mercado local?)
14. ¿Por qué prefiere a estos compradores?
15. ¿Cuáles son las principales limitaciones que presenta?

Anexo 5: Entrevista a gerente de ECH.

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”
Entrevista a gerente de ECH para la caracterización de la cadena de zanahoria en Intibucá,
Honduras.

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Cuál es la funcionalidad de la cooperativa para la producción de zanahoria?
2. ¿Qué actividades realiza la cooperativa?
3. ¿Cuántos empleados tienen la cooperativa (hombres y mujeres)?
4. ¿Qué actividades realizan los hombres y cuáles las mujeres?
5. ¿Cuántos productores tienen asociados, de éstos cuántos son hombres y cuántas son mujeres?
6. ¿Cómo clasifican socios activos e inactivos?
7. ¿Cuántos socios activos e inactivos tienen la asociación, cuántas mujeres y cuántos hombres?
8. ¿Cuántos productores de zanahoria de ECH son mujeres y cuántos hombres?
9. ¿Qué ventajas o beneficios tiene los(as) productores(as) al pertenecer a la cooperativa?
10. ¿Qué servicios o accesos brinda la cooperativa?
11. ¿Qué aspectos toma en cuenta para elegir el área a asistir así como el tema a tratar en la asistencia técnica que brinda ECH?
12. ¿Conoce quiénes son los proveedores de insumos?
13. ¿Existe diferencia en la participación entre hombres y mujeres, de los productores de zanahoria?
14. ¿Cuáles son sus principales mercados o compradores especializados?
15. ¿Cumplen la demanda de sus mercados?
16. ¿Obtienen algún beneficio al hacer tratos con sus compradores? ¿Cuáles?
17. ¿Qué calidad es requerida por sus mercados?
18. ¿Qué cantidad de zanahoria comercializa semanalmente?
19. ¿Cuáles son los requisitos para ser socio de ECH?
20. ¿Cuáles son las principales limitaciones que tienen ECH para crecer, ser más productivo y competitivo?
21. ¿Cuál es el impacto de los coyotes para ECH?

Anexo 6: Matriz de perfil de actividades.

Actividades	Tiempo (horas)	Mujeres	Hombres	Hijas	Hijos
Preparación de suelo	8		Realización de camas Desinfectado Encalado		
Siembra	8	Colocación de semilla	Realización de surcos Tapado de la semilla		
Control fitosanitario	3				
Cosecha	8	Lavado del producto	Arrancado y traslado del producto	Traslado de Cestas y Lavado de producto	
Clasificado	0.3	Clasificado y selección	Traslado		
Comercialización	1.1-3	Venta mercado local	Venta a ECH		

Anexo 7: Matriz de control y acceso a los recursos.

Actividad	¿Cómo participan las mujeres?	¿Cómo participan los hombres?
Preparación de suelo		Encalado desinfección y elaboración de camas
Siembra	Colocación de la semilla	Elaboración de surcos y tapado de la semilla
Control fitosanitario	Acarrea agua	Aplicación del Agroquímico
Cosecha	Arrancado y lavado de zanahoria	Arrancado y traslado de zanahoria
Clasificado	Clasificación	Clasificación
Comercialización	Venta mercado local	Venta a ECH

Anexo 8: Guion metodológico del taller participativo.

TALLER PARTICIPATIVO

Fecha para efectuar el taller: 10 de marzo 2016

Tema: Taller participativo del eslabón productivo de zanahoria de ECH, con enfoque de género.

Objetivos:

1. Introducir conceptos de género y hacer un análisis de los roles de género con los participantes del taller.
2. Obtener información relevante a los eslabones productivos y de comercialización de la cadena de valor de zanahoria con relación a la división de las actividades por género.

Hora	Actividad	Materiales	Responsable
9:00-9:10	Bienvenida y objetivos del taller		Hugo Leones
9:10-9:20	Presentación de participantes y facilitadores		Hugo Leones Silvia Quiñonez
9:20-9:45	Dinámica 1: Ideales en los tiempos de antaño	Ver guía metodológica 1	
9:45-10:45	Dinámica 2: organización de actividades desagregadas por sexo.	Ver guía metodológica 2	Hugo Leones Silvia Quiñonez
10:00-10:20	Receso		Hugo Leones Silvia Quiñonez
10:20-11:45	Continúa dinámica 2	Ver guía metodológica 2	Hugo Leones Silvia Quiñonez
11:45-12:00	Cierre del taller		Hugo Leones

Guía metodológica 1

Dinámica: Ideales en los tiempos de antaño

Fuente: Maleta pedagógica: un equipaje para la interculturalidad. Equidad de género.

Objetivo: Evidenciar la construcción social de los roles de género

Actividades: Grupal, reflexión

Tiempo: 25 minutos

Materiales: Rotafolios, pizarras neuland y marcadores.

Instrucciones:

En una hoja grande de papel periódico se hacen dos columnas: el hombre ideal y la mujer ideal.

El hombre ideal	La mujer ideal

Se pide a los estudiantes que escriban en cada una de ellas las características consideradas como ideales para los hombres y para las mujeres en el tiempo de sus abuelos y abuelas. (5 m) Después, a partir de ese listado, se pregunta cuáles son las que se mantienen hasta hoy y las que no y se inicia el debate (20 m)

Apuntes para reflexión:

¿Qué ha cambiado en lo que se espera de las mujeres y de los hombres, desde el tiempo de los abuelos hasta hoy?

¿Qué similitudes y qué diferencias se encontraron en las características encontradas por las diferentes personas de la clase, de diferentes orígenes?

¿Por qué creen que ha cambiado o por qué no ha cambiado? (distinguir las luchas políticas de las mujeres, los modelos familiares, la relación entre ellos en la escuela)

¿Cuáles de las características indicadas tienen un fundamento biológico y cuales tienen una explicación social? ¿Se nace hombre o mujer o nos hacemos hombres o mujeres?

Observaciones: Este puede ser un buen momento para conocer los roles de género de cada cultura. Las culturas no deben ser estigmatizadas por sus roles de género, sin embargo, las tradiciones no pueden ir nunca en contra de los derechos fundamentales de toda y cualquier persona. Es importante también que los y las estudiantes entiendan que las diferencias de género existen en las diferentes clases sociales, en todas las nacionalidades y que no es solamente una cuestión de la esfera individual, sino que afecta todas las áreas de la vida humana.

Tomado de Agencia Catalana de Cooperació per el Desenvolupament y Fundació Surt (2002)

Guía metodológica 2

Paso 2: Preguntas orientadoras para el debate sobre acceso y control sobre los recursos.

- ¿Poseen las mujeres tierra, una casa u otros recursos (p.ej. mercadería)? ¿Están legalmente a su nombre/ pueden venderlos?
- ¿Pueden las mujeres decidir qué cultivar?
- ¿Qué herramientas de trabajo poseen hombres y mujeres para el cultivo, cosecha, procesamiento, transporte y actividades artesanales?
- ¿Qué habilidades y acceso a tecnología tienen hombres y mujeres?
- ¿Tienen hombres y mujeres acceso a crédito? ¿Existen diferencias en el monto o condiciones del crédito?
- ¿A qué recursos tienen acceso y son controlados por mujeres?

Paso 3: Preguntas orientadoras sobre la toma de decisiones.

- ¿Cómo se utiliza el dinero que es generado por la venta de productos?
- ¿Cómo se invierte? ¿A nombre de quién se adquieren los nuevos activos?
- ¿Qué tipo de control tienen las mujeres sobre el ingreso y recursos que ellas generan?
- ¿Cómo participan las mujeres y negocian en la toma de decisiones dentro del hogar?
- ¿Cómo se distribuye el ingreso dentro de la familia?

Tomado de Senders *et al.* (2014)