

Análisis sensible a género de la red social de los productores de hortalizas afiliados a una asociación en Intibucá, Honduras

**Luis Steve Espinal Almengo
Laura Camila Ichazo Ribera**

**Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano
Honduras**

Noviembre, 2017

ZAMORANO
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

Análisis sensible a género de la red social de los productores de hortalizas afiliados a una asociación en Intibucá, Honduras

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

Presentado por

Luis Steve Espinal Almengo
Laura Camila Ichazo Ribera

Zamorano, Honduras
Noviembre, 2017

Análisis sensible a género de la red social de los productores de hortalizas afiliados a una asociación en Intibucá, Honduras

**Luis Steve Espinal Almengo
Laura Camila Ichazo Ribera**

Resumen. El análisis de redes sociales es una metodología utilizada para medir la influencia de las relaciones interpersonales en el comportamiento y toma de decisiones de las personas. Con este estudio se busca entender las diferencias de género existentes entre las redes sociales de hombres y mujeres, miembros de una asociación de productores ubicada en Intibucá, Honduras. Para recopilar los datos se utilizó una encuesta socioeconómica y el mapeo de redes egocéntricas. Para la selección de la muestra se utilizó el muestreo dirigido, se entrevistaron 20 hombres y 20 mujeres. Para el análisis de los datos la información se transcribió en dos bases de datos en Excel para ser organizada, clasificada y codificada. Para mapear las redes de los productores se utilizó el software VisuaLyzar 2.1™. Se analizó el grado de centralidad, intermediación y cercanía de los actores con respecto a su posición en la red, para este fin se utilizó el software UCINET 6. Los datos socioeconómicos fueron analizados en SPSS y se realizaron comparaciones de medianas entre las variables de las redes de hombres y mujeres. Los hombres poseen mayor cantidad de actores en sus redes, así como mayor cantidad de actores informales que les proveen dinero en comparación a las mujeres. En general los hombres poseen mayor cantidad de actores informales y actores que proveen información.

Palabras clave: Agricultura, pequeños productores, torres de poder.

Abstract. The analysis of social networks is a methodology used to measure the influence of interpersonal relationships on people's behavior and decision-making. This study seeks to understand differences between the social networks of male and female producers, members of a producers' association located in Intibucá, Honduras. Field data collection was done through a socioeconomic survey and a mapping of egocentric networks. To select the sample, we used the directed sampling, interviewing 20 men and 20 women. For data analysis, the information was transcribed into two databases in Excel to be organized, classified and codified. To generate images of the producers' networks we utilized the software VisuaLyzar 2.1™. We analyzed the degree of centrality, intermediation and proximity of the actors with respect to their position in the network with the software UCINET 6. Socioeconomic data were analyzed in SPSS and median comparisons were made between the variables of the male and female networks. Men have more actors in their networks, as well as more informal actors who provide money compared to women. In general, men have more informal actors and actors who provide information.

Key words: Agriculture, influence towers, small farmers.

CONTENIDO

Portadilla	i
Página de firmas.....	ii
Resumen.....	iii
Contenido.....	iv
Índice de Cuadros, Figuras y Anexos	v
1. INTRODUCCIÓN.....	I
2. METODOLOGÍA.....	6
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	12
4. CONCLUSIONES	23
5. RECOMENDACIONES	24
6. LITERATURA CITADA.....	25
7. ANEXOS	29

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros	Página
1. Tipos de actores que participan en las redes sociales de los entrevistados	9
2. Clasificación de los actores que participan en las redes sociales de los entrevistados por código.....	10
3. Clasificación de los actores formales e informales que participan en las redes sociales de los entrevistados.....	10
4. Nivel de escolaridad por género de los entrevistados, y la distancia del centro educativo más cercanos a su hogar.....	12
5. Tenencia de tierra por género de los entrevistados.	13
6. Prueba U de Mann Whitney para muestras independiente por género para el perfil socioeconómico de los entrevistados.	14
7. Prueba U de Mann Whitney para muestras independiente por género de las redes sociales de los entrevistados.	19
8. Prueba U de Mann Whitney para muestras independiente por género para los indicadores de centralidad de las redes sociales de los entrevistados	21
9. Indicadores de centralidad de las redes sociales de los entrevistados.	20
10. Actores que dan poder para que la red de los entrevistados funcione.....	22

Figuras	Página
1. Elementos que conforman una red social.....	8
2. Sociograma de los hombres y de las mujeres con vínculos y flujos de información.....	16
3. Sociograma de los hombres y de las mujeres con vínculos y flujos de dinero. ..	17
4. Sociograma de los hombres y de las mujeres con vínculos y flujos de Mando ..	18

Anexos	Página
1. Consentimiento verbal entre el encuestador y el encuestado	29
2. Formato de encuesta Socioeconómica.....	30
3. Formato de encuesta para los datos de los cultivos.....	34
4. Formato de la entrevista para el mapeo de redes egocéntricas.....	35

1. INTRODUCCIÓN

El Corredor Seco de Honduras es a la fecha, una zona de interés tanto para los organismos internacionales como para el gobierno hondureño. Las características geográficas, socioeconómicas y productivas de la zona hacen de esta una región que necesita de atención especial para prevenir los impactos que el cambio climático pueda traer a futuro. Por su ubicación geográfica este territorio está expuesto a una sucesión constante y acumulativa de eventos meteorológicos extremos como las sequías o las fuertes lluvias que han afectado la calidad de vida de sus habitantes (Zee, Alain, Poveda y Picado, 2012).

El Corredor Seco hondureño comprende los departamentos de Intibucá, Ocotepeque, Lempira, Santa Bárbara, Copán y La Paz (Larson et al., 2017). La población que habita en la zona del corredor seco es principalmente rural, en su mayoría son pequeños productores de granos básicos dedicados a la agricultura de subsistencia. Estos productores se encuentran entre la población de riesgo que podrían ser afectados por los cambios climatológicos drásticos, los cuales conllevan a la pérdida de medios de vida, la descapitalización de las pequeñas economías familiares, el empobrecimiento y la migración hacia los centros urbanos sobrepoblados (FAO, 2016). La zona es reconocida por albergar los principales municipios de producción hortícola. Debido a su ubicación geográfica y sus condiciones agroclimáticas favorables, la zona es altamente productiva para cultivos no perennes como lechuga, coliflor, brócoli, zanahoria, remolacha, calabacín y fresa (Blandon, Henson y Granfield, 2009, p. 975).

En adición, el 31% de la población total hondureña son familias dedicadas a la producción de granos básicos: maíz, frijol, arroz y maicillo, contando con un ingreso de 72 USD/mes. (Zee et al., 2012) En el Informe Situacional del Corredor Seco Centroamericano del 2016 estiman que alrededor de 461,000 hondureños se encontraban con inseguridad alimentaria moderada o severa debido a las pérdidas de las cosechas de maíz de un 60% y frijol de 80% debido a la vulnerabilidad climática de ese sector (FAO, 2016).

La inseguridad alimentaria es uno de los indicadores que se toman en cuenta para la focalización y priorización de proyectos de intervención social. En el Índice de Inseguridad Alimentaria y Nutricional de Honduras los municipios del departamento de Intibucá se encuentran en el rango “crítico” debido a la incidencia en desnutrición crónica, acompañados de los municipios pertenecientes al corredor seco hondureño (SDP, 2013). Los municipios de Intibucá y Yamaranguila pertenecientes al departamento de Intibucá cuentan con un IDH de 0.619 y 0.559 respectivamente, encontrados en la categoría de un desarrollo humano medio (Informe del Desarrollo Humano, 2006).

Debido a los riesgos existentes en la zona, Honduras ha recibido apoyo de diferentes organizaciones internacionales, como es el caso de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Esta entidad se encuentra activa en la zona y apoya proyectos productivos.

USAID invierte en investigaciones agrícolas para el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan a los pequeños productores aumentar su calidad de vida mediante proyectos sostenibles. A su vez busca ayudar a los pequeños agricultores con proporcionar asistencia sobre seguridad alimentaria de, acceso a capital, asistencia técnica y capacitaciones sobre producción y almacenamiento de sus cultivos, desarrollo de estrategias agrícolas sostenibles y comercialización de sus productos (USAID, 2017a).

Entre los diferentes proyectos realizados en Honduras, se encuentran: Centro de Desarrollo de Agronegocios (2000-2005) programa de USAID que comenzó con las familias afectadas por el huracán Mitch, en el cual se proporcionó asistencia técnica en mercadotecnia, producción, manejo poscosecha y procesamiento, aumentando las ganancias de USD 27 a USD 45.8 millones. Posteriormente se implementó el proyecto Entrenamiento y Desarrollo de Agricultores, EDA (2006-2010) financiado por la cuenta del milenio asistió a más de 6000 pequeños productores a incrementar sus ingresos a través de tecnologías agrícolas nuevas. Al mismo tiempo este proyecto se enfocó en mejorar la logística del mercado, el manejo poscosecha, la certificación y los servicios de desarrollo empresarial. Parte de los logros de este proyecto fue el aumento de los ingresos de cada agricultor beneficiario en USD 2000 por hectárea. Simultáneamente en el 2005 hasta el 2010 nace USAID-RED (Rural Economic Diversification Program) proyecto que, enfocado en incrementar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales por medio de nuevas tecnologías aplicadas, impulsando así la producción y rentabilidad de las mismas. USAID-RED generó más de USD 52 millones en nuevas ventas y más de 58,000 empleos. Inmediato a estos se emprende el proyecto USAID-ACCESO (2010-2015) en el cuál se trabajó con hombres, mujeres y niños temas para poder disminuir la pobreza y desnutrición mediante el acceso a oportunidades de desarrollo económico, inclusión de nuevos mercados y prácticas de salud y nutrición. El proyecto generó ganancias alrededor de USD 40.5 millones mediante la introducción de buenas prácticas agrícolas y expansión del empleo fuera de las fincas (Fintrac, 2017).

Las múltiples amenazas sobre la zona pueden poner en riesgo a sus pobladores en general, pero es necesario poner especial atención a los grupos más vulnerables, de esta manera el presente estudio se elaboró como parte de las actividades del proyecto de investigación “Women in Agriculture Network: Honduras (WAgN)”, el cual tiene como objetivo comprender cómo las cadenas de valor hortícolas pueden ser un mecanismo de empoderamiento para las mujeres y otros grupos minoritarios. El proyecto se encuentra financiado por el “Feed the Future Innovation Lab” el cuál es apoyado por USAID como parte de la iniciativa mundial del gobierno estadounidense “Feed the Future”. El proyecto trabaja con el mercado de cultivos hortícolas que es visto como una vía para reducir la pobreza, ya que las hortalizas tienen un mayor potencial de valor agregado y precios más altos sin tomar en cuenta que estas conllevan a dietas más saludables y diversas para los agricultores (Penn State, 2017).

Una forma de identificar las problemáticas que los grupos más vulnerables viven en la zona, es por medio de la observación a sus actividades diarias y las personas con quienes se relacionan. Las personas con quienes establecen relaciones y la calidad de estas relaciones son parte de las redes de seguridad que ellos utilizan cuando se encuentran en algún problema. En adición, las relaciones interpersonales influyen en el comportamiento, actitudes y creencias de una persona (Valente, 2010). A este conjunto de relaciones que las personas establecen a lo largo de su vida se les conoce como redes sociales. De esta manera, una red social se define como un grupo de actores relacionados entre sí y que puede estar compuesta por un número indeterminado de personas (Velázquez y Aguilar, 2005). El análisis de las redes sociales está enfocado al estudio de las relaciones que existen entre un grupo de actores y como estas relaciones les permiten tener acceso a recursos, por ejemplo, bienes, capital e información (Clark, 2006b).

En sus inicios las redes sociales eran conocidas como redes socio métricas y se definían como la interrelación compleja que existía entre los miembros de dos sociedades distintas. De esta manera, la interacción de una sociedad con la otra daba como resultado la modificación de las tradiciones y costumbres de ambas (Moreno, 1978). Así mismo, la teoría de las dinámicas de grupo de Kurt Lewin explica que no sólo las actitudes y decisiones de un solo individuo pueden influir en la vida de otro, sino que este se ve influenciado por todos aquellos que lo rodean y viceversa. Por lo cual, con esta teoría se afirma que las redes sociales deben considerarse como un todo y no por sus miembros individualmente (Lewin, Heide y Heider, 1936).

Crane (1972) con el estudio sobre los “Colegios Invisibles” fue uno de los primeros trabajos donde se hace mención de forma indirecta el concepto de red social como un grupo de individuos en cuya red funge como un medio para transmitir información y conocimientos. Según García (2005) los científicos que pertenecían a este grupo compartían sus ideas y aprendizajes a través de revistas, folletos, escritos entre otros documentos que se pasaban de mano en mano. De esta manera las redes son mecanismos de comunicación, las cuales transmiten información y aprendizaje, pero a su vez representan una estructura de poder (Menéndez, 2003).

La relevancia de las redes sociales con relación a este estudio se basa en que los actores que forman parte de la red social de un productor pueden influir en la capacidad de este para tener una mejor producción y acceso para comercializar sus cosechas (Holland, Kitts, Da Silva y Wiersma, 2013). De esta manera, por medio de este estudio se busca analizar las diferencias existentes de las redes sociales de hombres y mujeres productores de hortalizas afiliados a una asociación de pequeños productores para el acopio y comercialización de hortalizas, ubicada en Intibucá, Honduras. A detalle, se busca analizar y comprender la calidad de las redes sociales de los productores de hortalizas; para conocer el tipo de información que comparten, los flujos de esta información, sus fuentes de financiamiento para la producción, el flujo de dinero y los canales que utilizan para comercializar su producción. Con la información anterior, es posible identificar las limitantes y establecer recomendaciones para que los productores sean más eficientes al momento de producir y a su vez obtener mayores ganancias. Así mismo se analizarán las diferencias existentes entre las redes sociales de hombres y mujeres productoras que pertenecen a la asociación de pequeños productores de Intibucá.

Empoderar a la mujer es necesario para los países en vías de desarrollo ya que estas representan la mitad del capital humano en cualquier economía. Las mujeres representan un 40 por ciento de la fuerza de trabajo en la agricultura, no obstante, estas son solo dueñas solo del 3 al 20 por ciento son dueñas de sus tierras. La importancia de estudiar las redes sociales entre los productores hombres y mujeres para esta investigación es evidenciar las diferencias existentes entre ambas y conocer como no tener acceso a educación, tenencia de tierras, nuevas tecnologías y acceso a capital se vuelven barreras para la mujer (USAID, 2017b).

Para que una sociedad tenga un desarrollo sosteniblemente es necesario tener distribuidas las oportunidades entre hombres y mujeres equitativamente para que ambos puedan contribuir a sus comunidades. Sosteniendo esta postura aquellas sociedades que tienen mayor equidad de género tienen un crecimiento económico más rápido, los rendimientos de la producción agrícola aumenta al igual que la seguridad alimentaria (Clinton, 2012).

Torkelsson (2007) estudió las diferencias que existen en la estructuras de las redes sociales en una aldea en Etiopia y descubrió que las mujeres están más allegadas a instituciones locales informales; en contraste los hombres suelen estar ligados a instituciones formales y semi-formales. Así mismo, el autor concluyó que las mujeres dedicadas a la agricultura, provenientes de países en vías de desarrollo destinan sus cultivos a la alimentación de su núcleo familiar, mientras que los hombres destinan sus cosechas a la comercialización. Del mismo modo en un estudio realizado por la FAO en el Caribe, indica que los hombres de estos países predominan en la producción de los cultivos de exportación o comercialización. Mientras que la participación de las mujeres es muy evidente en la producción y comercialización de alimentos para consumo interno y del hogar (García, 2006). La oportunidad de participar dentro del mercado formal es una variable que determina el éxito o fracaso de las redes de sociales de las productoras más que la cercanía de los lazos y la cantidad de contactos en sus redes en comparación a las redes de los hombres (Westermann et al., 2005).

Por otro lado, las mujeres en las áreas rurales se dedican mayormente a las labores del hogar, como consecuencia se ven limitadas para realizar actividades generadoras de ingresos fuera de la finca. Las normas sociales limitan a la mujer a la realización de actividades reproductivas y del hogar pero suele obviarse su relevancia en las actividades productivas (The World Bank, 2013).

Uno de los factores importantes para el empoderamiento de la mujer es la educación debido a que la educación por si sola aumenta las oportunidades de crecimiento profesional y crea beneficios para las personas. El acceso a educación permite a las mujeres desarrollar sus habilidades que la llevaran a transformar su vida fuera del seno del hogar, ya que cada año extra de educación significa un incremento del 10 al 20 por ciento en su salario. (Plan International, 2017). Algunos estudios de la CEPAL corroboran la efectividad de la educación sobre la reducción de los elementos asociados a la pobreza (Milosavljević, 2007). Por ende, es un medio fundamental para obtener el aumento productivo y el crecimiento económico (PNUD, 2016).

El poder de negociación de una persona en el área rural depende de ocho factores: la tenencia de tierra, empleo, acceso de bienes comunales, acceso a sistemas tradicionales de apoyo social, apoyo de las ONG, apoyo del gobierno, percepciones sociales sobre las necesidades y normas sociales (Agarwal, 1997). Por lo cual si las mujeres en el área rural son dueñas de tierras arables podrían no solo aumentar sus ingresos y evitar la depreciación de los recursos comunes sino también aumentar su poder de negociación (Agarwal, 1997).

El empoderamiento de la mujer mediante las cadenas de valor hortícolas es una oportunidad para el crecimiento económico de cualquier economía emergente, por esa razón es importante medir las diferencias existentes en las redes sociales de los productores. Para lograr esto el presente estudio determinó los siguientes objetivos:

- Identificar y cuantificar las redes sociales de los hombres y de las mujeres para la producción y comercialización de hortalizas, esto incluye, establecer los tipos de flujos y vínculos que existen entre los productores de hortalizas y sus redes sociales.
- Desarrollar un perfil socioeconómico de los productores y productoras entrevistados.
- Identificar la distribución de poder entre los productores de hortalizas.
- Identificar las diferencias entre las redes sociales de los entrevistados afiliados a una asociación de productores en Intibucá.

2. METODOLOGÍA

Diseño del estudio.

Se realizó un estudio de análisis de las redes sociales de los productores asociados a una organización de acopio y comercialización de hortalizas. Las herramientas utilizadas para el análisis fueron el mapeo de redes egocéntricas de productores y productoras y la aplicación de una encuesta socioeconómica. La toma de datos se realizó durante los meses de enero y febrero del año 2017.

Localización.

Este estudio se realizó en el departamento de Intibucá en los municipios de Intibucá y Yamaranguila.

Determinación de la muestra.

La asociación para el acopio y comercialización de hortalizas facilitó un listado con 36 hombres y 20 mujeres para un total de 56 productores afiliados. En este estudio se buscó la participación equitativa de hombres y mujeres, por esta razón, la selección de los participantes del estudio se realizó por medio de un muestreo dirigido, no probabilístico que permite tener la misma cantidad de hombres como de mujeres en la muestra (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Se realizaron un total de 40 entrevistas con una duración promedio de 35 minutos cada una, se aplicaron 20 entrevistas a hombres y 20 a mujeres. Los hombres entrevistados fueron seleccionados aleatoriamente y se entrevistó al total de productoras afiliadas a la asociación.

Preparación para hacer el estudio.

Los investigadores se certificaron para poder desarrollar investigaciones en sujetos humanos. Esta certificación garantiza que el bienestar y los derechos de los sujetos humanos de estudio estén protegidos. La certificación es otorgada al realizar y aprobar el curso en línea llamado “Institutional Review Board” (IRB). Del mismo modo, antes de comenzar la encuesta se leyó un acuerdo verbal con los entrevistados (Anexo 1). En el acuerdo verbal se aclaró que la información recopilada sería utilizada solamente con fines del estudio, que la participación es anónima, voluntaria y que la entrevista podía ser finalizada cuando el entrevistado lo decidiera.

Levantamiento de datos en campo.

Se realizó por medio de dos herramientas: una encuesta socioeconómica y el mapeo de

redes egocéntricas. El cuestionario está conformado por 43 preguntas agrupadas en tres módulos: datos generales y sociodemográficos, datos del cultivo y por último la entrevista para identificar los actores, los vínculos y los flujos

En este estudio las interacciones y flujos a analizar fueron: información, dinero y mando. La información recopilada equivale al último año de producción y comercialización de hortalizas de las personas entrevistadas.

Encuesta socioeconómica.

El objetivo del primer módulo de la encuesta socioeconómica fue recolectar información como el género, la edad, la escolaridad, el estado civil entre otras variables sociodemográficas, para construir datos estadístico descriptivos de los productores afiliados a la cooperativa en Intibucá. Esto con el propósito de comparar las diferencias sociodemográficas de los hombre y mujeres productores afiliados a esta cooperativa. Para el desarrollo de las encuestas, se realizó un cuestionario con preguntas semiestructuradas (Anexo 2).

Para finalizar la encuesta se realizaron tres preguntas relacionadas a los datos de los cultivos que producen los productores afiliados a la cooperativa en Intibucá (Anexo 3). El objetivo de este módulo fue conocer la diferencia entre los hombres y las mujeres de los cultivos que producen, la cantidad que producen y cuáles de estos cultivos son vendidos a la cooperativa o al mercado informal. La encuesta fue realizada de manera individual en el hogar de cada productor.

Mapeo de redes egocéntricas.

Ego dentro del análisis de las redes sociales, se define como el actor focal individual de una red. Para este estudio se tomó como actor focal (ego) a los productores afiliados a la cooperativa en Intibucá. Para realizar el análisis se utilizó el mapeo de redes egocéntricas, que se puede definir como una herramienta utilizada para la identificación de los actores vinculados en una red social. Por medio de una entrevista, el actor focal (ego) identifica todos los actores con los cuales este está vinculado y a su vez informa cuáles son los vínculos de estos otros actores (Hanneman y Riddle, 2005). Los actores que fueron tomados en cuenta fueron aquellos que forman parte de la red para la producción y comercialización de hortalizas del encuestado.

Las redes sociales poseen dos componentes principales: los actores y las relaciones que existen entre ellos en un determinado contexto social. Por medio de esta metodología es posible identificar a los actores, los vínculos y los flujos que componen una red social en este caso la de los productores afiliados a la cooperativa analizada. Los nodos o actores son los individuos o grupos de individuos que tienen un objetivo en común. La suma de todos los nodos o actores representa el tamaño de la muestra. Los vínculos son las relaciones que existen entre dos o más nodos y son representados por líneas. Los flujos indican las direcciones del vínculo, los cuales pueden ser unidireccionales o bidireccionales. Los flujos están representados por una flecha al final de las líneas (Velázquez y Aguilar, 2005). (Figura 1)

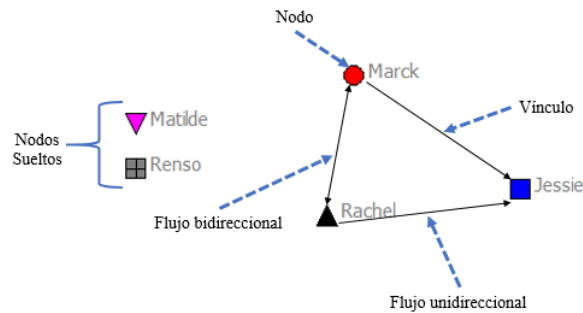


Figura 1. Elementos que conforman una red social

Identificación de los actores.

Cada actor tiene un atributo diferente como son: el estatus social, los estudios, las actividades económicas y el sexo. Por esta razón para identificar cada actor en el sociograma, se le asignó un color o forma según el atributo del actor (Clark, 2006a). Para este estudio no se predefinieron los actores, a medida se fue armando el sociograma se fueron definiendo los tipos de actores involucrados.

Identificación de los vínculos y los flujos.

Los vínculos y los flujos se pueden obtener de dos maneras: con una investigación de las diferentes actividades que se realizan en el tema a estudiar, o basado en la experiencia de investigaciones previas (Schiffer y Hauck, 2010). Para este estudio los vínculos y los flujos se clasificaron basándose en la experiencia obtenida por el proyecto WAgN en los estudios realizados anteriormente, sobre producción y comercialización de productos hortícolas (Reyes, Velasco y Sanders, 2016). Basado en esto, los tres tipos de vínculos y flujos para este estudio fueron información, dinero y mando. Cada uno de estos a su vez se le asignó diferentes clasificaciones y un código numérico para su visualización en los sociogramas.

El vínculo y flujo de información se clasificó en tres tipos: asistencia técnica y capacitaciones (1), comercialización (calidad y precio) (2) y reporte de actividades (3). Los vínculos y flujo de dinero se clasificaron en cuatro tipos: préstamos (1), donaciones (2), créditos de insumos (3) y pago por ventas de productos (4). Para finalizar los vínculos y flujo de mando se refiere a la capacidad que tiene un actor de ejecutar una orden (1) y ser realizada por otro actor (2).

Creación de las torres de influencia.

Las torres de influencia son una herramienta para medir la importancia de un actor con relación a un tema específico dentro de una red egocéntrica. Por medio de este ejercicio el entrevistado puede asignar valores a cada actor y así definir qué tan importante es el actor dentro de su red. Antes de comenzar a crear las torres de influencias se aclaró el concepto de influencia, esto para que el productor como el investigador tuvieran el mismo entendimiento del concepto (Schiffer y Waale, 2008). Para este estudio la influencia se defina como la capacidad que tiene un actor de hacer que la red de los productores funcione, y se entiende como el poder que ejerce el actor en la red egocéntrica.

De esta manera, el entrevistado recibió diez monedas para ser repartidas entre los actores de su red. Las instrucciones para la siguiente actividad fueron las siguientes: (1) el entrevistado tiene que repartir todas las monedas; (2) no hay límite de monedas que puede recibir un solo actor. De esta manera, el entrevistado puede identificar a los actores de su red que poseen mayor influencia asignándoles la cantidad de monedas que considera necesarias para reflejar la importancia de este con relación a un tema específico (Schiffer y Hauck, 2010).

Análisis de datos.

La información recopilada en campo fue transcrita para su posterior análisis; con el objetivo de caracterizar información de los actores, sus vínculos y flujos, y las torres de influencia. Posteriormente con esta información se crearon dos bases de datos en Excel, la primera con información sobre los nodos y vínculos y la segunda una matriz de adyacencia con información sobre los flujos.

Para la primera base de datos se determinó el tipo de actor basado en su oficio o parentesco con entrevistado, junto a los colores con los cuales están representados en el sociograma (Cuadro 1). A su vez se clasificaron los actores por código según el tipo de actor (Cuadro 2).

Cuadro 1. Tipos de actores que participan en las redes sociales de los entrevistados

Color	Nombre
Verde	Productor
Rojo	Intermediario
Azul	Asociación de Productores
Amarillo	ONG
Negro	Organización Financiera
Naranja	Casa Comercial
Morado	Gobierno
Café	Prestamista
Celeste	Prestatario
Salmon	Familiar
Dorado	Fprestamista
Verde Acqua	Fprestatario
Rojo Claro	Supermercado
Lila	Fintermediario
Gris	Ego (Entrevistados)

Cuadro 2 Clasificación de los actores que participan en las redes sociales de los entrevistados por código.

Código	Nombre del Actor
G1	Gobierno 1
O1	ONG 1
AP1	Asociación de productores 1
CC1	Casa Comercial 1
EH1	Ego Hombre 1
FM1	Familiar Mujer 1
IM1	Intermediario Mujer 1
OF1	Organización Financiera 1
PH1	Productor Hombre 1
SM	Supermercado
FIH1	Familiar intermediario Hombre 1
FPH1	Familiar prestatario Hombre 1
PTM1	Prestatario Mujer 1
PTAH1	Prestamista Hombre 1
FPAM1	Familiar prestamista Mujer 1

Se realizó un recuento de los actores formales e informales, que poseen un vínculo y flujo de información, dinero o mando con los entrevistados. Los actores formales son aquellos que vinculan actores en posiciones asimétricas de poder, jerarquía y dependencia (Putnam, Leonardi y Nanetti, 1994). Los actores Informales son aquellos que sostienen una relaciones “cara a cara” entre un número de actores que interactúan por vínculos de amistad, confianza o semejanza y suelen ser las más comunes en las zonas rurales (Hoang, Castella y Novosad, 2006) (Cuadro 3).

Cuadro 3. Clasificación de los actores formales e informales que participan en las redes sociales de los entrevistados.

Actores Formales	Actores Informales
Gobierno	Ego (encuestados)
ONG	Familiares
Asociaciones de productores	Intermediarios
Casas Comerciales	Productores
Organizaciones Financieras	Familiares intermediarios
Supermercado	Familiares prestatarios
	Prestatarios
	Prestamistas
	Familiares prestamistas

La segunda base de datos que se creó, fue una matriz de adyacencia, para determinar la vinculación o no de los entrevistados con sus actores. Una vez que se crearon las dos bases de datos, se utilizó el software VisuaLyzer 2.1™ para generar los mapas de las redes de los productores. En adición a la creación de los gráficos, se analizó el grado de centralidad, intermediación y cercanía de los actores con respecto a su posición en la red, para este fin se utilizó el software UCINET 6.

Los indicadores de centralidad son herramientas que ayudan a analizar una red social. La centralización nos indica que tan central o imprescindible, es un actor en la red. La centralización se divide en dos tipos, en grado de entrada y salida, que se refiere al flujo del vínculo. El grado de entrada se refiere al grado de conexiones que dicen tener otros actores con este actor y el grado de salida significa las conexiones que dice tener el actor con otros dentro de la red. El segundo indicador es la centralidad de cercanía, el cual indica la facilidad que tiene un actor de llegar a los otros actores de la red, también se divide en dos grados, entrada y salida siendo estos la facilidad con que lo contactan y la facilidad con la que el entra en contacto con los otros actores de la red. El último indicador es el de centralidad de mediación que nos indica la capacidad que tiene este de recibir y transmitir información, es decir, la posibilidad de ser el intermediario de información entre diferentes actores (Borgatti, 2005).

Con las respuestas obtenidas de los módulos de la encuesta socioeconómica, se hizo una base de datos en SPSS para obtener datos estadísticos descriptivos, para determinar la calidad de estas redes se realizaron comparaciones de medianas sobre las siguientes variables: datos socioeconómicos, cantidad de actores en las redes, cantidad de actores informales y formales dentro de las redes, cantidad de vínculos y flujos y comparación entre los índices de centralidad. Para esta comparación de medianas se utilizó una prueba no paramétrica para dos muestras independiente llamada la prueba de U de Mann-Whitney. Se utilizó esta prueba no paramétrica debido a que las muestras no mostraron normalidad.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados principales obtenidos de la encuesta socioeconómica y en las entrevistas de las redes egocéntricas. También se presentan la prueba t para dos muestras independientes, los indicadores de centralidad y las torres de poder para las redes de los entrevistados.

Datos socioeconómicos.

Los entrevistados son pequeños productores los cuales desarrollan agricultura de subsistencia. La edad promedio de las mujeres entrevistadas es de 37 años y la edad promedio de los hombres es de 32 años. El 55% de las mujeres entrevistadas son solteras y el 45% son mujeres casadas que viven con sus esposos. Mientras que el 55% de los hombres entrevistados son solteros, el 40% son casados que viven con sus esposas y el 5% restante están casados, pero no viven con sus esposas. En la zona no cuentan con carreteras adoquinada o pavimentada, y la carretera pavimentada más cercana a sus casas en promedio queda a 4,966 metros para las mujeres y 6,304 metros para los hombres. El Ingreso promedio mensual de los hombres es L. 14,245 y el de las mujeres es L. 7,345.

Se determinó que el nivel de escolaridad de las mujeres entrevistadas es menor que el de los hombres, ya que el 40% de las mujeres cuentan con un nivel de escolaridad de secundaria o más, mientras que el 50% de los hombres entrevistados se encuentran en este nivel de escolaridad. (Cuadro 4). Este dato es importante ya que entre mayor es el nivel de escolaridad de la niñas y mujeres, incrementa la posibilidad de tener un mayor desarrollo en su vida (Calvo, 2016). Por consiguiente, la educación es un factor valioso para que las mujeres productoras de hortalizas obtengan mayores rendimientos y a su vez mayores ingresos.

Cuadro 4. Nivel de escolaridad por género de los entrevistados, y la distancia del centro educativo más cercanos a su hogar.

Género	Primaria o menos		Secundaria o más		Distancia centro educativo más cercano	
	Porcentaje	Recuento	Porcentaje	Recuento	Media (metros)	Media (minutos)
Mujer	60	12	40	8	1610	20
Hombre	50	10	50	10	750	12
Total	55	22	45	18		

La tenencia de tierra es otro factor que impulsa el desarrollo de una persona del área rural (Agarwal, 1997). Los resultados obtenidos en este estudio sobre tenencia de tierra reflejan, que el 55% de las mujeres entrevistadas son dueñas de los terrenos donde siembran sus cultivos y el 45% restante no son dueñas de los terrenos. Mientras que el 60% de los hombres sí son dueños de las tierras y el 40% restante no son dueños de estas (Cuadro 5).

Las mujeres que son dueñas de sus terrenos podrían tener seguridad alimentaria para su familia, le da oportunidades a acceder a créditos y en el hogar aumenta la protección familiar, volviéndose menos vulnerables a las adversidades. A su vez le permite a las mujeres potencial su participación en la comunidad como líder y participar de proyectos que aumenten su nivel económico (Zuluaga, 2011). Por lo cual las mujeres entrevistadas en este estudio que no poseen terrenos podrían verse afectadas en su desarrollo en la producción y comercialización de hortalizas.

Cuadro 5. Tenencia de tierra por género de los entrevistados.

Género	No dueño		Dueño	
	Porcentaje	Recuento	Porcentaje	Recuento
Mujer	45	9	55	11
Hombre	40	8	60	12
Total	42	17	58	23

Las mujeres que tienen mayor nivel de escolaridad que los hombres, obtienen menores ingresos que ellos (Milosavljević, 2007). En los resultados obtenidos de este estudio se refleja esta desigualdad económica, dado que los ingresos anuales de las mujeres entrevistadas son menores que los ingresos anuales de los hombres. La ocupación principal de las mujeres y los hombres entrevistados es la producción de hortaliza, venden sus productos a la asociación de productores a la cual están afiliados y una pequeña proporción al mercado informal. El Ingreso promedio mensual de los hombres es L. 14,245 y el de las mujeres es L. 7,345.

Para demostrar que existen diferencias significativas entre las redes de los hombres y de las mujeres entrevistadas se hizo la prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes. Los resultados demuestran que existe una diferencia significativa para la variable ingreso ($Z = -3.57$, $P = 0.01$) entre los hombres y las mujeres entrevistados. Sin embargo, no existe una diferencia significativa para las variables edad ($Z = -1.26$, $P = 0.21$), estado civil ($Z = 0.14$, $P = 0.89$), nivel de escolaridad ($Z = -1.53$, $P = 0.13$) y tenencia de tierras ($Z = -0.32$, $P = 0.75$) (Cuadro 6).

En las organizaciones la gente tiende a asociarse por afinidad, en este caso, el grupo estudiado pertenece al grupo de jóvenes involucrados en el proceso de relevo generacional. De esta forma se puede explicar la similitud de los entrevistados con relación a las variables de edad, estado civil y nivel de escolaridad. De la misma manera, la igualdad reportada entre hombres y mujeres para la variable tenencia de tierra, puede explicarse debido a que los entrevistados declararon que los terrenos son de su propiedad, aunque lo más probable es que pertenezcan al jefe de hogar (sus padres). Por otro lado, la diferencia reportada entre los ingresos de los hombres y las mujeres entrevistados, pueda explicarse debido a que los hombres tienden a trabajar con cultivos que ocupan mayores inversiones y por lo cual produzcan mayores ingresos (cultivos de mayor riesgo de inversión) y las mujeres trabajen con cultivos menos riesgosos que no necesitan una alta inversión ni mucho conocimiento técnico para su siembra, mantenimiento y cosecha. Los hombres reportaron que suelen cultivar tomate, papa y chile con fines comerciales y las mujeres reportaron que suelen sembrar lechuga, zanahoria y algunas crucíferas.

Cuadro 6. Prueba U de Mann Whitney para muestras independiente por género para el perfil socioeconómico de los entrevistados.

Variables socioeconómicas	Rangos		Valor Z	Sig. (bilateral)
	Hombres	Mujeres		
Edad	18.18	22.83	-1.26	0.21
Estado civil	20.73	20.28	-0.14	0.89
Nivel de escolaridad	23.23	17.78	-1.53	0.13
Tenencia de tierras	21.00	20.00	-0.32	0.75
Ingresos	27.10	13.90	-3.57	0.01

Redes egocéntricas.

A continuación, se presenta el análisis de las redes de los entrevistados con base en los sociogramas para los vínculos y flujos de información, dinero y mando. Para la elaboración de los sociogramas se incluyeron a todos los entrevistados y los actores de sus redes personales.

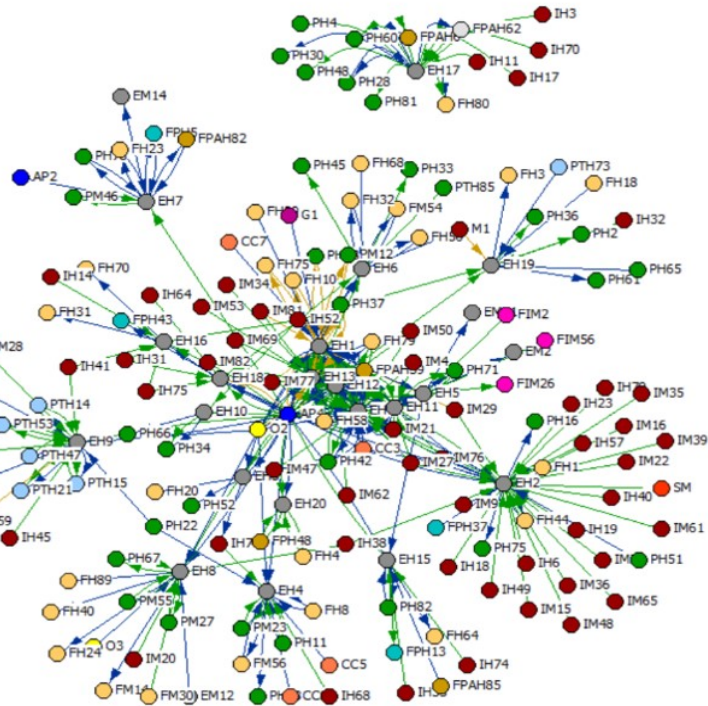
En el sociograma para los vínculos y flujos de información (ver figura 2) se analizan a los entrevistados y los actores dentro de sus redes que les proveen información en temas sobre asistencia técnica, capacitaciones y comercialización; también se incluyen los actores y flujos a los que los entrevistados facilitan información sobre sus cultivos (reporte de actividades). En el sociograma es visualmente evidente una mayor densidad de actores, vínculos y flujos para las redes de los hombres en comparación a las de las mujeres. Esto se interpreta como un mayor flujo de información (calidad, precio, capacitaciones) para los hombres que para las mujeres. Adicionalmente, la red de las mujeres posee una forma de estrella, lo que quiere decir que la mayoría de los contactos convergen en un actor central, que en este caso es la asociación de productores donde están afiliadas. Por otro lado, la red social de los hombres presenta una forma más segregada con grupos con diferentes actores principales. Según Crona y Bodin (2006) una red que no está centralizada, es ideal para

para el establecimiento de metas a largo plazo, ya que es mejor trabajar con una red que contenga mayor número de conexiones y categorías de actores. Esto permite que la información, el dinero, las decisiones y otros recursos provengan de varios actores y no dependan de pocos que puedan desaparecer o cambiar de interés en el tiempo. En el caso del nodo suelto, entrevistado, aunque era parte de los afiliados a la asociación, afirmó no tener ningún vínculo con esta.

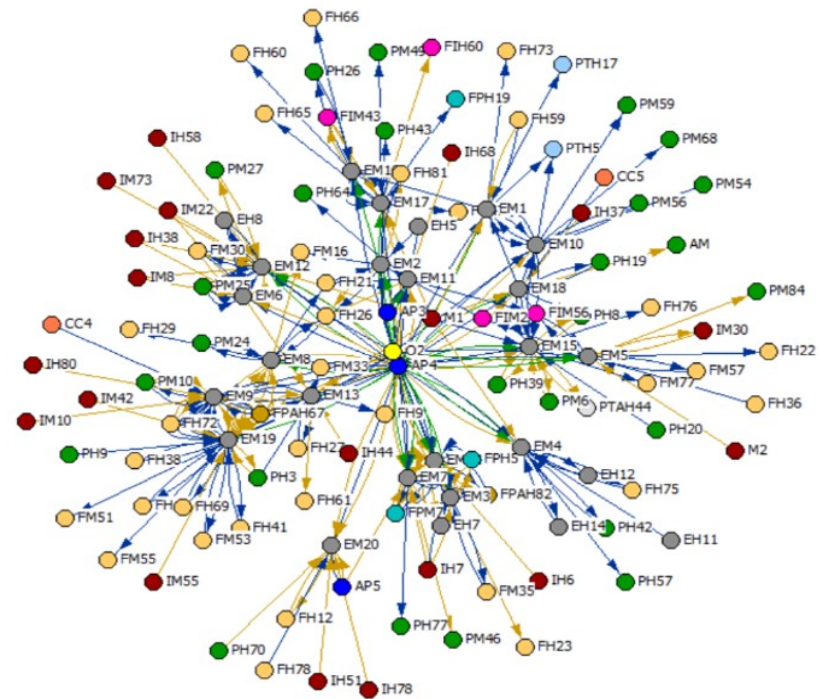
El segundo sociograma analizado corresponde al de vínculos y flujos de dinero (ver Figura 3), que se entiende como los entrevistados y sus actores con quienes establecían vínculos para recibir créditos en forma de insumos, donaciones, pagos por venta o préstamos en efectivo. A simple vista se evidencia una mayor densidad en las redes de los hombres que de las mujeres. También resaltan los nodulos que identifican a los intermediarios (nódulos de color rojo) quienes suelen fungir como prestamistas para el financiamiento de los cultivos o compradores en efectivo al momento de la cosecha. Al igual que en el sociograma anterior la figura segregada de los hombres con un mayor número de actores, vínculos y flujos se interpreta como un mayor número de oportunidades y actores que podrían facilitar préstamos, donaciones o venta de sus cultivos en comparación a las mujeres. En el sociograma se pueden observar dos nodos sueltos, uno en la red de las mujeres y el otro en la red de los hombres. Para ambas redes, ambos actores aseguraron no tener ningún vínculo económico con la asociación, aunque para la asociación estos son socios activos.

Finalmente se analiza el sociograma para los vínculos y flujos de mando (ver Figura 4), esto se entiende como el entrevistado y los actores dentro de su red de quienes puede recibir algún tipo de orden o si este da órdenes a otros actores dentro de su red. Tanto las redes de los hombres como la de las mujeres son poco densas. En adición, se puede observar un mayor número de nodos sueltos, esto es debido a que no necesariamente los flujos de mando sobre acatar o ejecutar una orden están vinculados con la asociación de productores. Por otro lado, los entrevistados están vinculados con otros actores que generan una mayor influencia dentro de su red. En el sociograma de los hombres sobresalen los vínculos con los intermediarios, quienes aparentemente, poseen algún tipo de influencia sobre los productores. De esta manera se entiende que los hombres mantienen mayor vinculación con los flujos de mando para acatar órdenes de actores informales como son los intermediarios, mientras que las mujeres mantienen mayor vinculación con la asociación de productores, un actor formal, a diferencia de los vínculos y flujos de información y dinero. En ambas redes se puede visualizar un entrevistado, que a diferencia de los demás, da órdenes a los actores dentro de su red, esto se debe a que los dos (EH11 y EM2) actores pertenecen a la directiva de la asociación de productores.

Hombres



Mujeres



Actores

- | | |
|---------------------------|---------------|
| Asociación de Productores | Gobierno |
| Casa Comercial | Intermediario |
| Ego | ONG |
| Familiar | Prestamista |
| Fintermediario | Prestatario |
| Fprestamista | Productor |
| Fprestatario | Supermercado |

Tipos de vínculos de información

- | |
|-------------------------------------|
| Asistencia técnica y capacitaciones |
| Comercialización (calidad y precio) |
| Reporte de actividades |

Figura 2. Sociograma de los hombres y de las mujeres para los vínculos y flujos de información.

Actores Formales: Gobierno, ONG, Asociaciones de productores, Casas Comerciales, Organizaciones Financieras, Supermercado.

Actores Informales: Ego (entrevistados), Familiares, Intermediarios, Productores, Fintermediarios, Fprestatarios, Prestatarios, Prestamistas, Fprestamista.

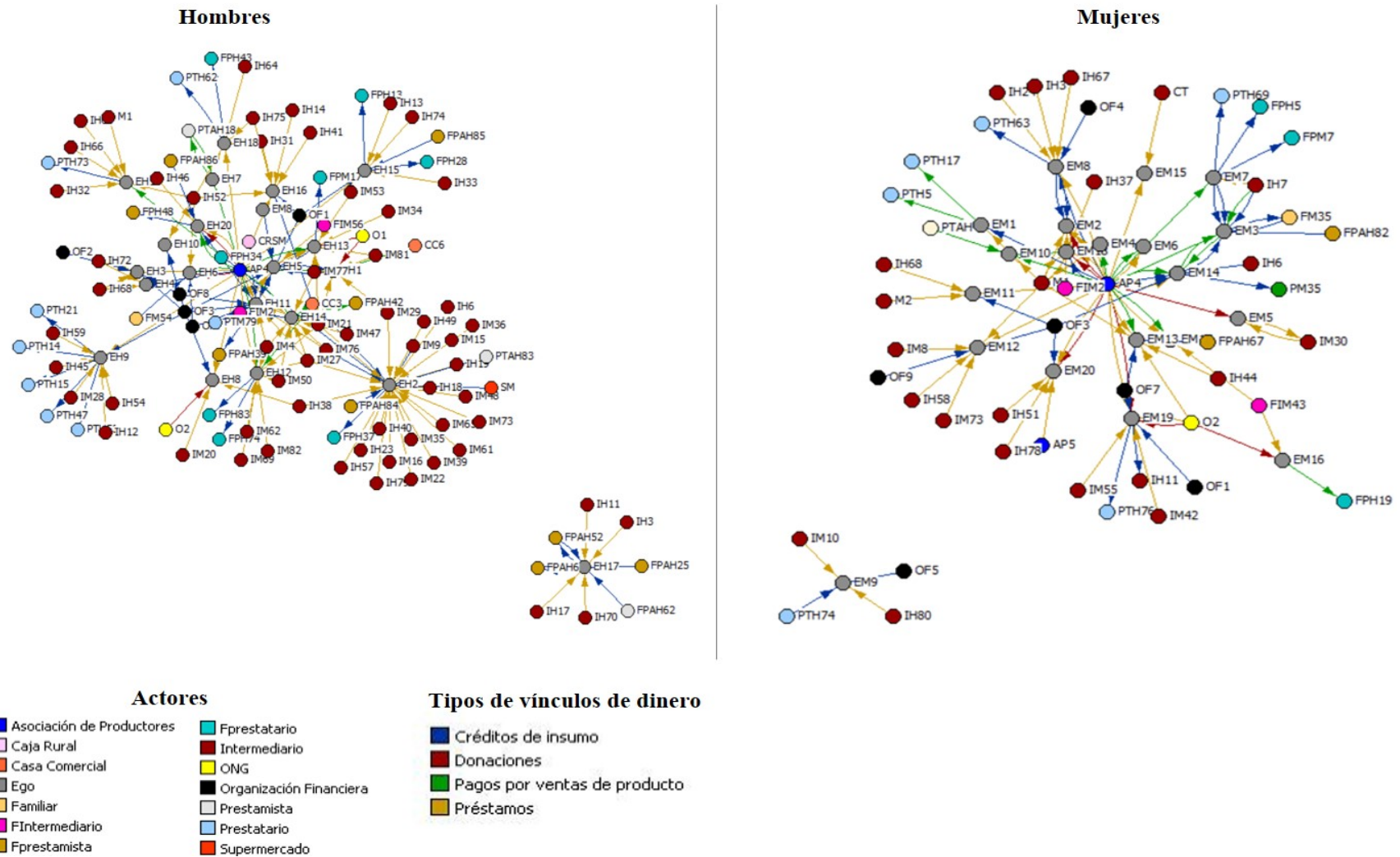


Figura 3. Sociograma de los hombres y de las mujeres para los vínculos y flujos de dinero.

Actores Formales: Gobierno, ONG, Asociaciones de productores, Casas Comerciales, Organizaciones Financieras, Supermercado.

Actores Informales: Ego (entrevistados), Familiares, Intermediarios, Productores, Fintermediarios, Fprestatarios, Prestatarios, Prestamistas, Fprestamista.

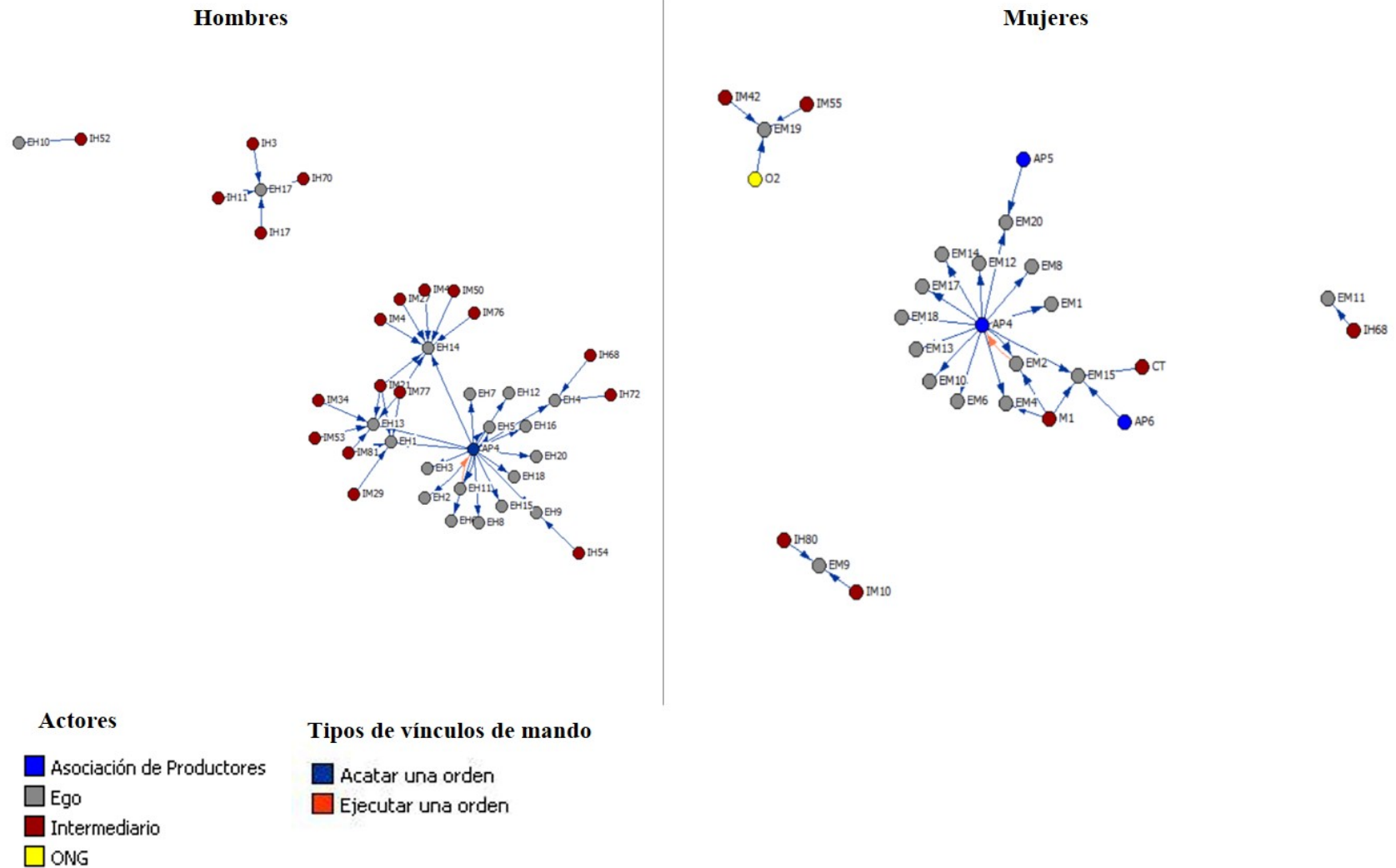


Figura 4. Sociograma de los hombres y de las mujeres para los vínculos y flujos de mando

Actores Formales: Gobierno, ONG, Asociaciones de productores, Casas Comerciales, Organizaciones Financieras, Supermercado.

Actores Informales: Ego (entrevistados), Familiares, Intermediarios, Productores, Fintermediarios, Fprestarios, Prestatarios, Prestamistas, Fprestamista.

Para demostrar que existen diferencias significativas entre las redes de los hombres y de las mujeres entrevistadas se hizo la prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes. Los resultados demuestran que sí existe una diferencia significativa entre las redes sociales de los hombres y de las mujeres con relación al número de actores informales ($Z=-2.68$, $P=0.01$) para los vínculos y flujos de dinero, todos los actores informales ($Z=-2.16$, $P=0.03$), todos los actores con vínculos y flujos de dinero ($Z=-2.94$, $P=0.01$) y para todos los actores de la red ($Z=-2.37$, $P=0.02$). Sin embargo, no existe diferencia entre las redes sociales de los hombres y de las mujeres para el número de actores formales ($Z=-1.08$, $P=0.28$) e informales ($Z=-0.91$, $P=0.36$) para los vínculos y flujos de información, para el número de actores formales ($Z=-1.50$, $P=0.14$) para los vínculos y flujos de dinero, ni para el número de actores formales ($Z=-0.14$, $P=0.89$) e informales ($Z=-0.67$, $P=0.50$) para los vínculos y flujo de mando. Del mismo modo, no se pudo encontrar una diferencia significativa entre las redes sociales de hombres y de las mujeres para todos los actores con vínculos y flujos de información ($Z=-1.14$, $P=0.25$), para todos los actores con vínculo y flujo de mando ($Z=-0.77$, $P=0.44$), ni para todos los actores formales ($Z=-1.69$, $P=0.09$) (Cuadro 7).

Cuadro 7. Prueba U de Mann Whitney para muestras independiente por género de las redes sociales de los entrevistados.

Variables	Rangos		Valor Z	Sig. (bilateral)
	Hombres	Mujeres		
Información: número de actores formales	22.40	18.60	-1.08	0.28
Información: número actores informales	22.18	18.83	-0.91	0.36
Dinero: número de actores formales	23.13	17.88	-1.50	0.14
Dinero: número actores informales	25.40	15.60	-2.68	0.01
Mando: número de actores formales	20.70	20.30	-0.14	0.89
Mando: número de actores informales	21.53	19.48	-0.67	0.50
Todos los actores formales	23.58	17.43	-1.69	0.09
Todos los actores informales	24.48	16.53	-2.16	0.03
Todos los actores información	22.60	18.40	-1.14	0.25
Todos los actores dinero	25.90	15.10	-2.94	0.01
Todos los actores mando	21.80	19.20	-0.77	0.44
Todos actores de la red	24.88	16.13	-2.37	0.02

Westerman (2005) explica que las mujeres están más allegadas a los mercados informales a diferencia de los hombres que tienen mayor contacto con el mercado formal. De igual manera Torkelsson (2007) en estudio en Etiopía menciona que las mujeres tienen mayor relación con las instituciones informales y locales. En el Caribe un estudio realizado por la FAO también hace referencia que las mujeres destinan su producción al núcleo familiar mientras que los hombres producen para exportación o comercialización dentro del mercado formal. Sin embargo, con los resultados de este estudio solamente fue posible evidenciar que en general las redes de los hombres poseen mayor cantidad de actores y conexiones que las redes de las mujeres. Es muy probable que haya otros vínculos a nivel

informal dentro de la comunidad que sirvan de apoyo a las mujeres y que no fueron identificados en su totalidad durante el proceso de recopilación de información.

Los cinco actores que tienen mayor grado de centralidad en las redes sociales de los entrevistados son: AP4, cual es la asociación donde están afiliados los entrevistados, EH2, O2, EH1 y EM19. Estos actores también dominan los primeros cinco lugares para los grados de cercanía e intermediación, exceptuando al actor EH1 e incluyendo EH14 en el grado de cercanía y al actor EH9 en el grado de intermediación. Se puede notar que en estos primeros cinco actores sólo hay una mujer y esta tiene el menor valor de grado de centralidad y el antepenúltimo valor en los grados de cercanía e intermediación con respecto a los primeros cinco lugares (marcados en rojo) (Cuadro 9). Estos cinco actores son lo más influyentes dentro de sus redes, los cuales facilitan el flujo de información, dinero y mando entre los actores que conforman las redes sociales de los hombres y de las mujeres entrevistadas. Esto revela la importancia de la presencia de una asociación de productores, para el desarrollo de sus afiliados como la participación de organizaciones no gubernamentales en la capacitación y apoyo financiero a los productores de hortalizas.

Cuadro 8. Indicadores de centralidad de las redes sociales de los entrevistados.

Código	Centralidad		Cercanía		Intermediación	
	Salida	Entrada	Salida	Entrada	Normal	Ajustado
AP4	0.12	0.12	0.45	0.46	55,008.34	53.89
EH2	0.10	0.11	0.34	0.35	14,390.77	14.10
O2	0.08	0.08	0.37	0.38	15,568.43	15.25
EH1	0.07	0.07	0.33	0.34	6,251.25	6.12
EM19	0.07	0.06	0.35	0.34	8,656.99	8.48
EH11	0.06	0.05	0.35	0.33	-	-
EH12	0.06	0.06	0.33	0.34	4,433.50	4.34
EH14	0.06	0.05	0.35	0.34	-	-
EH9	0.05	0.05	0.33	0.33	8,060.74	7.90
EM8	0.05	0.05	0.34	0.35	6,394.07	6.26
EH17	0.05	0.05	-	-	7,788.03	7.63
EH13	0.05	0.05	0.33	0.34	-	-
EM7	0.04	0.04	0.33	0.34	4,206.80	4.12
EH19	0.04	0.04	-	-	5,789.30	5.67
EM12	0.04	0.05	0.33	0.34	4,794.82	4.70
EM9	-	-	0.33	0.34	4,394.79	4.31
EM20	-	-	0.33	0.33	3,732.50	3.66
EH4	0.04	0.04	-	-	4,619.77	4.53
EH6	0.04	0.04	0.33	0.34	5,147.08	5.04
EM15	0.04	0.04	0.33	0.34	5,006.46	4.90

En adición se realizó la prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes con el fin de identificar si existen diferencias significativas entre los indicadores de centralidad de los hombres y mujeres entrevistados. Se concluye que existen diferencias significativas entre los indicadores de centralidad de los hombres las mujeres para los indicadores de centralidad entrada ($Z=-1.20$, $P=0.23$), centralidad salida ($Z=-0.84$, $P=0.40$), cercanía entrada ($Z=-0.23$, $P=0.82$), cercanía salida ($Z=-1.39$, $P=0.16$), ni para el indicador de intermediación ($Z=-1.41$, $P=0.16$) (Cuadro 8).

Cuadro 9. Prueba U de Mann Whitney para muestras independiente por género para los indicadores de centralidad de las redes sociales de los entrevistados

Variables	Rangos		Valor Z	Sig. (bilateral)
	Hombres	Mujeres		
Centralidad entrada	22.70	18.30	-1.20	0.23
Centralidad salida	22.05	18.95	-0.84	0.40
Cercanía entrada	20.10	20.90	-0.23	0.82
Cercanía salida	18.05	22.95	-1.39	0.16
Intermediación	23.10	17.90	-1.41	0.16

Los indicadores de centralidad de un actor se calculan mediante la cantidad de vínculos que posee un actor en relación a el total de actores involucrados en la red. A pesar de que existe una variación entre las centralidades de los hombres y de las mujeres entrevistados, estas no son suficientemente grandes al compararlas con el total de actores que conforman la red. Es por esta razón que no se presenta diferencia significativa entre la centralidad de los hombres y de las mujeres entrevistados en este estudio.

Los primeros cinco actores que dan poder para que la red funcione, según las torres de influencia creadas por los entrevistados, son AP4, O2, OF3, EM11 y M1. Se puede notar que tres de los cinco principales actores son actores formales, los cuales son los que más dan poder para que la red funcione. También se puede notar que el único entrevistado que se encuentra en estos primeros cinco lugares es una mujer (Cuadro 10). La posición de esta mujer en los primeros cinco lugares de los actores que la dan poder a la red para que funcione, se le atribuye a que la entrevistada formó parte de la directiva de la asociación de productores donde están afiliados todos los productores entrevistados. También se le puede otorgar esta posición a las oportunidades brindadas por las organizaciones no gubernamentales y de otras instituciones mencionadas en este estudio. Oportunidades tales como asistencia técnica, capacitaciones.

Cuadro 10. Actores que dan poder para que la red de los entrevistados funcione.

ID	Tipo	Poder para que la red funcione
AP4	Asociación de Productores	107
O2	ONG	20
OF3	Organización Financiera	15
EM18	Ego	10
M1	Intermediario	09
CC3	Casa Comercial	06
FH29	Familiar	05
FIM43	FIntermediario	05
OF1	Organización Financiera	05
OF7	Organización Financiera	05
FH78	Familiar	04
FPAH82	Fprestamista	04
IH52	Intermediario	04
IH7	Intermediario	04
M2	Intermediario	04
PTAH44	Prestamista	04
CC8	Casa Comercial	03
EH13	Ego	03
EM2	Ego	03
FH18	Familiar	03

4. CONCLUSIONES

- En promedio las redes de los hombres poseen mayor cantidad de actores por entrevistado que las redes de las mujeres. Esto evidencia que poseen mayor capital social para poder producir y comercializar hortalizas.
- Los hombres suelen recurrir a actores informales para obtener otros recursos que no pueden acceder de actores formales, esto refleja un sesgo hacia la mujer dentro de la red de producción de hortalizas.
- El grupo de socios es homogéneo y la única diferencia encontrada es la del ingreso. La evidencia apunta a que una red más grande permite el acceso a los recursos necesarios para la siembra de cultivos más productivos.
- La asociación de acopio y comercialización de hortalizas juega un rol importante para sus asociados. La membresía a una organización facilita el acceso a capital social que se puede traducir a recursos económicos.

5. RECOMENDACIONES

- Sugerir que la asociación trabaje sobre una estrategia de inclusión de género que permita empoderar a sus asociadas con el fin de trabajar aquellos elementos que enriquecen sus redes sociales (educación, asistencia técnica, acceso a activos productivos, comunicación efectiva, toma de decisiones a nivel de hogar).
- Recomendar implementar nuevamente la asistencia técnica a sus socios ya que esto permite que la red de los productores se fortalezca y a su vez la asociación tenga un mejor flujo de comunicación con sus asociados
- Aconsejar trabajar con productores que se encuentren afiliados a una asociación, así como productores no afiliados, con el propósito de medir diferencias entre sus redes sociales y aumentar el tamaño de la muestra.
- Trabajar en la recolección de datos en campo en conjunto a la asociación para que esta, informe con antelación a los productores que formaran parte de un estudio, buscando la comodidad de los entrevistados.
- Incluir mayor información de los actores que forman parte de la red de los entrevistados, para profundizar el análisis sobre la calidad de la red del entrevistado.

6. LITERATURA CITADA

Agarwal, B. (1997). 'Bargaining' and Gender Relations: Within and Beyond the Household: Feminist Economics.

Blandon, J., Henson, S., & Granfield, 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. <https://doi.org/10.1002/jid.1490>

Borgatti, S. P. (2005). Centrality and network flow. *Social Networks*, 27(1), 55–71. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2004.11.008>

Calvo, G. (5 de abril de 2016). La importancia de la equidad de género en los logros de aprendizaje. UNESCO. "Género y logros de aprendizajes", Santiago de Chile. Retrieved from <http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/Gloria-Calvo-UNA-Colombia.pdf>

Clark, L. (2006a). Network mapping as a diagnostic tool. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). Bolivia.

Clark, L. (2006b). Building farmers' capacities for networking (Part II): Strengthening agricultural supply chains in Bolivia using network analysis. *Knowledge Management for Development Journal*, 2(2), 19–32.

Clinton, H. (2012). USAID Gender Equality and Female Empowerment Policy.

Crane. (1972). *Invisible colleges diffusion of knowledge in scientific communities*. Chicago: University of Chicago Press.

Crona, B., & Bodin, Ö. (2006). What you know is who you know? Communication patterns among resource users as a prerequisite for co-management. *Ecology and Society*, 11(2).

FAO. (2016). *Corredor Seco América Central: Informe de Situación*.

Fintrac. (2017). Past Projects: Honduras. Retrieved from <http://www.fintrac.com/past-projects#HONDURAS>

García, G. D. (2005). De los colegios invisibles al campus virtual, 13–18. Retrieved from http://eprints.ucm.es/5752/1/Gracia_Guill%C3%A9n.pdf

García, Z. (2006). Agricultura, expansión del comercio y equidad de género. División de Género y Población de la FAO, Roma.

Hanneman, R. A., & Riddle, M. (2005). Introduction to Social Network Methods: University of California Riverside. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Robert_Hanneman/publication/235737492_Introduction_to_Social_Network_Methods/links/0deec52261e1577e6c000000/Introduction-to-Social-Network-Methods.pdf

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, P. L. (2010). Metodología de la investigación (5th ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill.

Hoang, L. A., Castella, J.-C., & Novosad, P. (2006). Social networks and information access: Implications for agricultural extension in a rice farming community in northern Vietnam. *Agriculture and human values*, 23(4), 513–527.

Holland, D. S., Kitts, A. W., Da Silva, P. P., & Wiersma, J. (2013). Social Capital and the Success of Harvest Cooperatives in the New England Groundfish Fishery. *Marine Resource Economics*, 28(2), 133–153. <https://doi.org/10.5950/0738-1360-28.2.133>

Informe del Desarrollo Humano 2006. (2006). IDH por Departamentos: Anexo Estadístico y Mapas.

Larson, J., Jensen, L., Castellanos, P., Sanders, A., Reyes, A., Velasco, H., Garner, E. (2017). Women in Ag. Network: Honduras.

Lewin, K., Heide, F., & Heider, G. M. (1936). Principles of topological psychology. New York, NY, US: McGraw-Hill.

Menéndez, S. L. (2003). Análisis de redes sociales: O cómo representar las estructuras sociales subyacentes. Documento de trabajo, 3, 21–29.

Milosavljević, V. (2007). Estadísticas para la equidad de género: Magnitudes y tendencias en América Latina. Cuadernos de la CEPAL: Vol. 92. New York: United Nations.

Moreno, J. L. (1978). Who shall survive? Foundations of sociometry, group psychotherapy and socio-drama.

Penn State. (2017). Project looks to horticulture value chain to improve outlook for Honduran women. Retrieved from <http://news.psu.edu/story/345681/2015/02/23/research/project-looks-horticulture-value-chain-improve-outlook-honduran>

- Plan International. (2017). Girls' economic empowerment. Retrieved from <https://plan-international.org/skills-and-work/girls-economic-empowerment>
- PNUD. (2016). Progreso multidimensional: bienestar más allá del ingreso: Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe.
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1994). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy: Princeton university press.
- Reyes, R. F. A., Velasco, P. H. G., & Sanders, A. (2016). Análisis de Red Social de la Cadena de Papa en Intibucá, Honduras: Enfocado en asociaciones de productores. Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano.
- Schiffer, E., & Hauck, J. (2010). Net-Map: Collecting Social Network Data and Facilitating Network Learning through Participatory Influence Network Mapping. *Field Methods*, 22(3), 231–249. <https://doi.org/10.1177/1525822X10374798>
- Schiffer, E., & Waale, D. (2008). Tracing Power and Influence in Networks: Net-Map as a Tool for Research and Strategic Network Planning. International Food Policy Research Intitute.
- SDP. (2013). Priorización de inversión en proyectos SAN: Metodología y Municipios.
- The World Bank. (2013). Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center Industries.
- Torkelsson, Å. (2007). Resources, Not Capital: A Case Study of the Gendered Distribution and Productivity of Social Network Ties in Rural Ethiopia *Rural Sociology*, 72(4), 583–607. <https://doi.org/10.1526/003601107782638710>
- USAID. (2017a). Agriculture and Food Security | U.S. Agency for International Development: Agriculture and Food Security. Retrieved from <https://www.usaid.gov/what-we-do/agriculture-and-food-security>
- USAID. (2017b). Gender Equality and Women's Empowerment | U.S. Agency for International Development. Retrieved from <https://www.usaid.gov/what-we-do/gender-equality-and-womens-empowerment>
- Valente, T. W. (2010). *Social Networks and Health: Introduction*: Oxford University Press.
- Velázquez, Á. O. A., & Aguilar, G. N. (2005). Manual introductorio al análisis de Redes Sociales: Medidas de Centralidad. [revista redes. rediris. es/webredes/talleres/Manual_AR_S.pdf](http://rediris.es/webredes/talleres/Manual_AR_S.pdf).
- Zee, A. A., Alain, M., Poveda, C., & Picado, L. (2012). Estudio de caracterización del Corredor Seco Centroamericano: (Países CA-4). Retrieved from FAO website: http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/tomo_i_corredor_seco.pdf

Zuluaga, S. G. P. (2011). El Acceso a la Tierra Asunto Clave para las Mujeres Campesinas en Antioquia, Colombia.

7. ANEXOS

Anexo 1. Consentimiento verbal entre el encuestador y el encuestado **Consentimiento Verbal**

Hola, mi nombre es_____. Soy miembro del departamento de Administración de Agronegocios en la Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano.

Actualmente, estoy trabajando en un proyecto de investigación llamado “Mujeres en las redes agrícolas en Honduras” y como parte del proyecto me encuentro realizando un estudio sobre: El análisis de las redes de contacto de los productores de hortalizas Intibucá, Honduras. Y hoy me gustaría conversar temas relacionados con:

1) La producción y comercialización de sus cultivos de hortalizas. Me gustaría hacerle una serie de preguntas sobre el sistema de producción hortícola, los roles y tareas que realiza y la cadena de valor en esta región, así como las barreras y oportunidades de la producción hortícola. Esto con el fin de ayudarnos a entender cómo funciona y cómo podemos hacer recomendaciones para mejorar los procesos.

La información compartida será de gran valor para ayudarnos a completar este proyecto de investigación, cuyos resultados podrían mejorar significativamente nuestra comprensión del sistema hortícola y cómo podría mejorarse.

Este debate no tomará más de _____ minutos de su tiempo.

Toda la información que proporcione es confidencial. No vamos a vincular su nombre a lo que diga, ya sea en las notas de esta discusión o en el texto de las publicaciones. No existen otros riesgos esperados de la participación. No hay ningún costo financiero por participar. La participación es voluntaria. Si usted decide no hacerlo, no habrá ninguna sanción o pérdida de beneficios a los que tiene derecho de otra manera. Si decide participar puede, por supuesto, negarse a discutir cualquier tema o responder a cualquier pregunta, así como dejar de participar en cualquier momento, sin ningún tipo de sanción o pérdida de beneficios a los que tiene derecho.

Si tiene preguntas adicionales con respecto a esta investigación o su colaboración en la misma por favor no dude en ponerse en contacto conmigo o con nuestra oficina de investigación en la universidad en cualquier momento.

Me gustaría grabar, tomar fotografías y notas durante la discusión, para utilizar en la recopilación de resultados de la investigación. Al responder a las preguntas, usted está consintiendo que pueda hacerlo para los fines de la investigación.

¿Tiene alguna pregunta sobre la investigación? ¿Está de acuerdo en participar? Si es así, vamos a empezar.

Anexo 2. Formato de encuesta Socioeconómica.

1. N° de Encuesta:		2. Número de vivienda:		3. Siglas del encuestador:	
4. Fecha en encuesta:		día	mes	año	
5. Lugar donde se realiza la encuesta:					
5.1 Departamento: _____					
5.2 Municipio: _____					
5.3 Aldea: _____					
5.4 Caserío: _____					
5.5. Dirección exacta del hogar: _____					

6. Número de personas residentes en el Hogar: _____ Adultos _____ Niños _____ (menores de 10 años)					
7. Nombre del encuestado:					

8. Género					
M	H				
9. Fecha de nacimiento		día	mes	año	
10. Estado Civil					
1) Soltero/a, Viudo/a, Divorciado/a		11. Relación con el/la jefe de hogar		12. Capacidad par ser encuestado solo	
2) Casado/a con conyugue viviendo en el hogar		1) Es el/la jefe		1) Solo	
3) Casado/a sin conyugue viviendo en el hogar		2) Pareja		2) Con mujeres adultas presentes	
		3) Padre/madre		3) Con hombres adultos presentes	
		4) Otro		4) Con hombres y mujeres adultos presentes	
				5) Con niños presentes	
				6) Con adultos y niños presentes	
13. ¿Tienes hijos? Si: _____ No: _____					
De ser positiva la respuestas					
13.1. ¿Cuántos hijos tiene? _____					
13.2. ¿Cuántos son menores de 5 años? _____					

Continuación Anexo 2.

<p>14. ¿Puede leer y escribir?</p> <p>Si: _____ No: _____</p>	<p>16. Ocupación del encuestado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Comerciante 2) Agricultura 3) Producción o procesamiento 4) Empleo asalariado 5) Empleo por cuenta propia 6) Trabajo por mano de obra/por producción/por tarea 7) Jubilado/a 8) Recibe remesas como fuente principal de ingresos 	<p>17. ¿Es la persona encuestada el jefe del hogar?</p> <p>Si: _____ No: _____</p> <p>Si su respuesta es positiva salte a la sección</p> <p>Si su respuesta es negativa, llene la información del jefe del hogar.</p>
<p>15. Nivel de escolaridad más alta terminado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ninguna 2) Primaria Incompleta 3) Primaria completa 4) Secundaria incompleta 5) Secundaria completa 6) Tecnico bachiller 7) Perito mercantil 8) Universidad incompleta 9) Universidad completa 10) Otro, cuál? _____ 		

<p>17.1. Nombre del Jefe (a) del hogar</p>	<p>17.4. Ocupación del jefe del hogar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Comerciante 2) Agricultura 3) Producción o procesamiento 4) Empleo asalariado 5) Empleo por cuenta propia 6) Trabajo por mano de obra/por producción/por tarea 7) Jubilado/a 8) Recibe remesas como fuente principal de ingresos 	
<p>17.2. ¿Puede leer y escribir?</p> <p>Si: _____ No: _____</p> <p>17.3. Nivel de escolaridad más alta terminado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ninguna 2) Primaria Incompleta 3) Primaria completa 4) Secundaria incompleta 5) Secundaria completa 6) Tecnico bachiller 7) Perito mercantil 8) Universidad incompleta 9) Universidad completa 10) Otro, cuál? _____ 		

Continuación Anexo

SECCIÓN 1: CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA Y EL HOGAR

PARTE A: CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA

<p>18. Tipo de vivienda: (Por observación)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Casa 2) Quinta (finca pequeña) 3) Apartamento o pieza 4) Cuarto en cuartería 5) Rancho o choza 6) Vivienda improvisada 7) Local usado como vivienda 	<p>20. ¿Qué material predomina en el techo de la vivienda?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Zinc 2) Lámina de plycem o nicalit 3) Teja de barro o cemento 4) Losa de concreto reforzado 5) Paja, palma y similares 6) Ripio o desechos 7) Otro, cuál? 	<p>23. Esta vía de acceso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Es accesible todo el tiempo 2) Se corta algunas veces en época de lluvia 3) Secorta siempre en época de lluvia 4) Otra, cuál?
<p>19. ¿Qué material predomina en las paredes exteriores de la vivienda?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Bloque de comento o concreto 2) Piedra cantera 3) Concreto reforzado 4) Loseta de concreto 5) Paneles tipo covintec 6) Gypsum 7) Lámina tipo plycem, nicalit 8) Concreto y otro material 9) Ladrillo o bloque de barro 10) Adobe o taqueza 11) Madera 12) Zinc 13) Bambú, barul, caña o palma 14) Ripio o desechos 15) Otro, cuál? 	<p>21. ¿Qué material predomina en el piso de la vivienda?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ladrillo de cemento, mosaico, cerámica 2) Embaldosado o concreto 3) Ladrillo de barro 4) Madera 5) Tierra 6) Otro, cuál? 	<p>24. ¿A qué distancia de su vivienda se encuentra la carretera principal (pavimentada o adoquinada)?</p> <p>_____ Kilómetros</p> <p>_____ Metros</p>
	<p>22. ¿Cuál es la principal vía de acceso para llegar de una cabecera municipal a la comunidad/ barrio donde se encuentra ubicada su vivienda?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Carretera/calle pavimentada o adoquinada 2) Camino/ calle de tierra 3) Trocha 3) Río 4) Otro, cuál? 	

Continuación **Anexo 2.**

SECCIÓN 1: CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA Y EL HOGAR	
PARTE B: CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR	
<p>25. En su hogar, ¿cuál es la principal fuente de agua PARA BEBER? INDICACIÓN: Enfatizar que es agua que se utiliza PARA BEBER</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Acueducto (proyecto de agua) 2) Pozo 3) Agua superficial (manantial, río, quebrada) 4) Agua de lluvia 5) Camión cisterna 6) Agua embotellada 7) Otro _____ 	<p>27. ¿Con qué tipo de servicio higiénico cuenta este</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Excusado o letrina sin tratar 2) Excusado o letrina con tratamiento 3) Inodoro, conectado a tubería de aguas negras 4) Inodoro, conectado a sumidero o pozo séptico. 5) Inodoro, que descarga en río o quebrada 6) No tiene
<p>26. EN EL HOGAR, realizan algo para que el agua sea segura PARA BEBER?</p> <p>Si: _____ No: _____ Salte a la pregunta 27</p>	<p>28. ¿Su hogar tiene electricidad?</p> <p>Si: _____ No: _____ Salte a la pregunta 29</p>
<p>26.1. De las siguientes opciones, ¿qué hacen EN EL HOGAR para que el agua sea segura PARA BEBER?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Filtrarla 2) Hervirla 3) Aplicar yodo 4) Aplicar cloro 5) No sabe 6) No quiere responder 7) Otro _____ 	<p>28.1 Si la respuesta anterior fue positiva ¿Cuál es su fuente principal de energía eléctrica?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Red de energía eléctrica 2) Planta/generador eléctrico 3) Panel solar 4) Batería de automóvil 5) No sabe 6) No quiere responder 7) Otro _____ <p>29 ¿Su hogar tiene teléfono?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Teléfono fijo 2) Celular 3) Fijo y celular 4) No tiene
<p>30. ¿Qué combustible utilizan usualmente para cocinar?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Leña 2) Gas 3) Otro, cuál? _____ 	<p>31. ¿A que distancia le queda la escuela de primaria publica más cercana y que tiempo tarde en llegar?</p> <p>Distancia: _____ Kilómetros</p> <p>_____ Metros</p> <p>Tiempo: _____ Horas</p> <p>_____ Minutos</p>

Anexo 3. Formato de encuesta para los datos de los cultivos

32. En el último año ¿qué cultivos produjo?

32.1 Listado de cultivos producidos	32.2 Área de producción	32.3 Cantidad producida	32.4 Tipo de tenencia de tierra
1 _____	_____	_____	_____
2 _____	_____	_____	_____
3 _____	_____	_____	_____
4 _____	_____	_____	_____
5 _____	_____	_____	_____
6 _____	_____	_____	_____
7 _____	_____	_____	_____
8 _____	_____	_____	_____
9 _____	_____	_____	_____
10 _____	_____	_____	_____

Tipos de tenencia, ingresa el código correspondiente:
 1. Propia 2. Alquilada 3. Prestada(sin pago) 4. A medias

33. De los cultivos anteriores ¿Cuáles fueron utilizados para la venta?

() No vendió ninguno de lo cultivos (Iniciar con la entrevista)

33.1 Listado de cultivos vendidos	33.2 Cantidad vendida	33.3 Ciclos de producción al año
1 _____	_____	_____
2 _____	_____	_____
3 _____	_____	_____
4 _____	_____	_____
5 _____	_____	_____

34. De los cultivos vendidos ¿Cuáles fue el que generó mayor ingreso para su hogar?

1 _____

2 _____

3 _____

Anexo 4. Formato de la entrevista para el mapeo de redes egocéntricas

Número	Preguntas guía para la entrevista
Flujo de Información	
35 Con relación a los cultivos que generan mayores ingresos en su hogar: ¿De dónde recibe información sobre el manejo de estos cultivos? (asistencia técnica y capacitaciones)	<p>Nombres de personas o instituciones ¿Con qué frecuencia consulta o recibe información? ¿Qué temas se abordan en las capacitaciones y asistencias técnicas? (Requerimientos del cultivo, estándares de calidad, cantidades, escalonamiento de producción). Forma en que se contacta con la fuente de información</p>
36 ¿Usted comparte esta información con otras personas?	<p>Nombre de persona o institución Con qué frecuencia comparte información Forma en que comparte la información ¿Qué tipo de información comparte?</p>
37 Con relación a los cultivos que generan mayores ingresos en su hogar: ¿De dónde recibe información sobre los precios de estos cultivos?	<p>Nombre de personas o instituciones Con qué frecuencia consulta o recibe información Forma en que se contacta con la fuente de información ¿Comparte información de precios con otros productores? ¿Quiénes?</p>
38 ¿Usted comparte alguna información con relación a los datos productivos de estos cultivos? (plagas, enfermedades, cantidades cosechadas)	<p>Nombre de personas o instituciones Con qué frecuencia comparte información Forma en que comparte la información</p>
Flujo de Dinero	
39 ¿Cómo suele financiar sus cultivos?	<p>Préstamos en dinero o en especies (forma de pago de la deuda) Fuente de dinero (personas o instituciones) Plazos de pago Frecuencia con que solicita los préstamos Persona en el hogar responsable de sacar el préstamo Aval que suele presentar</p>
40 ¿Usted suele prestar a otras personas para que cultiven?	<p>En dinero o especies (semilla, insumos) ¿A quiénes?</p>
41 ¿Usted ha recibido donaciones para financiar sus cultivos?	<p>Fuente de la donación (personas o instituciones) Tipo de donación (equipo o insumos) ¿Había algún requisito para recibir la donación? ¿Cuántos en su comunidad recibieron la donación?</p>
42 ¿A dónde vende la cosecha de los cultivos producidos?	<p>Lugar de venta (institución y persona) Requisitos de calidad ¿Cómo conoció al comprador? Periodo para recibir el pago por su cosecha</p>

Continuación **Anexo 4.**

Número	Preguntas guía para la entrevista
Flujo de Mando	
43	¿Quién establece los estándares de calidad de sus cultivos?
	Nombre de la institución ¿Qué relación posee con la institución? ¿Qué exigencias existen?
Capital Social	
44	¿Usted participa en una organización o grupo comunitario?
	Organizaciones a las que pertenece Naturaleza de la organización Frecuencia de reuniones ¿Cuál es su participación como miembro de la organización? ¿Qué otros miembros de la familia forma parte de estas organizaciones?
45	¿Qué actividades realiza en su tiempo libre para distraerse?