

Caracterización con enfoque de género de la cadena de valor de tomate en Honduras

Hugo José Leones Arcentales

**Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano
Honduras**

Noviembre, 2016

ZAMORANO
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

Caracterización con enfoque de género de la cadena de valor de tomate en Honduras

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

Presentado por

Hugo José Leones Arcentales

Zamorano, Honduras

Noviembre, 2016

Caracterización con enfoque de género de la cadena de valor de tomate en Honduras

Hugo José Leones Arcentales

Resumen: El desarrollo de las cadenas de valor es importante para el progreso de un sector o sociedad debido a su potencial para generar desarrollo económico en las entidades involucradas. La participación de la mujer en la cadena es limitada debido al difícil acceso a los recursos, incluyendo tierra y financiamiento. El objetivo del estudio fue analizar la participación de la mujer en la cadena de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas en la zona de Intibucá. Se realizaron entrevistas a actores claves de la cadena y talleres participativos. Como metodología para la evaluación de cadenas de valor con enfoque de género se utilizó el marco analítico Harvard. Se encontró que el papel de la mujer se concentra en la parte de comercialización informal. Mientras en la parte productiva su participación es alta en las actividades típicamente consideradas como femeninas, como son el desmalezado, cosecha y selección. Para toda la cadena se estima que alrededor la mitad de los actores son de género femenino. Las limitaciones encontradas en la cadena son la baja remuneración de trabajo a la mujer en la parte productiva, pago tardío de los supermercados a los productores y el modelo empresarial de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Se recomienda buscar un modelo empresarial alternativo para que la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas no solamente adapte a la situación del mercado, sino también involucra más a la mujer en las actividades económicas.

Palabras clave: Cadena de valor, hortalizas, roles de género.

Abstract: The development of value chains is important for the progress of a sector or company because of its potential to generate economic development in the entities involved. The participation of women in the chain is limited due to difficult access to resources, including land and financing. The aim of the study was to analyze the participation of women in the tomato chain of the Association of Small Farmers in Intibucá area. Interviews with key actors in the chain and participatory workshops were held. As a methodology for assessing value chains with gender Harvard analytical framework it was used. It was found that the role of women is concentrated in the informal part marketing. While in the productive part their participation is high in activities typically considered feminine, such as weeding, harvesting and selection. For the whole chain it is estimated that about half of the players are female. The limitations found in the chain are the low-wage working women in the productive part, late payment of supermarkets producers and business model of the Association of Small Farmers. It is advised to seek an alternative business model for the Association of Small Farmers not only adapt to the market situation, but also involves more women in economic activities.

Key words: Gender roles, value chain, vegetables.

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.....	7
4. CONCLUSIONES.....	16
5. RECOMENDACIONES	17
6. LITERATURA CITADA.....	18
7. ANEXOS	21

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros	Página
1. Recopilación de información.....	6
2. Venta a supermercados.....	8
3. Participación de la cadena desagregada por género.	13

Figuras	Página
1. Imagen de la cadena de valor hortícola de honduras (USAID, 2012).....	3
2. Mapeo de la cadena de valor de tomate.....	9
3. Mapeo de la cadena con la participación desagregada por género.....	12

Anexos	Página
1. Caracterización del eslabón productivo.....	21
2. Entrevista a productores de tomate.....	22
3. Entrevista a asistentes técnicos de campo y encargado de comercialización.....	23
4. Entrevista a secretario de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas.	24
5. Entrevista a intermediarios de tomate	25
6. Entrevista a gerente de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas	26
7. Entrevista a socios comerciales	27
8. Entrevista a empleado de planta	28
9. Entrevista a comprador especializado de supermercados	29
10. Entrevista a vendedor local	30
11. Taller participativo	31
12. Matrices de la metodología de Marco Analítico	33

1. INTRODUCCIÓN

La integración de pequeños productores en la cadena de valor agrícola es considerada como una estrategia crucial para el desarrollo rural y la reducción de la pobreza en los países en vías de desarrollo. Se entiende por una cadena de valor agrícola un sistema en el cual actores están interrelacionados a través de un producto específico en un entorno determinado. Este producto sigue una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización, en la cual genera un valor agregado (van der Heyden y Camacho 2006). A través del análisis de la cadena de valor, en este caso específico, la cadena de tomate constituida alrededor de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas se pretendió identificar el papel de la mujer y su importancia en las diferentes actividades relacionadas a la cadena.

Por medio del análisis de la cadena de valor, los procesos a lo largo de la cadena son divididos en nodos. Los nodos sirven para identificar actividades y por medio de estos se evidencian debilidades y los puntos claves donde se pueden realizar mejoras estratégicas que benefician a la cadena en general (Porter 1998). En las cadenas de valor existen dos actores principales. Los actores primarios, conocidos también como los nodos o eslabones, son los que cumplen una función directa en la cadena. Normalmente se refiere a los proveedores de insumos, los encargados de la producción, el procesamiento, la comercialización y los consumidores. Como segundo grupo están los actores secundarios, encargados de brindar servicios que apoyan a los actores principales. Ejemplos claros son el servicio de transporte y el servicio financiero (Coles y Mitchell 2011).

El desarrollo de las cadenas de valor es importante para el progreso de un sector o sociedad debido a su potencial para generar desarrollo económico en las entidades involucradas. Sin embargo, existen restricciones que dificultan la participación de todos los sectores, por ejemplo, los pequeños agricultores (Coles y Mitchell 2011). Para ser parte de una cadena se deben cumplir con los estándares de calidad establecidos por los compradores dentro de estos estándares se incluye: los volúmenes de entrega requeridos, un manejo adecuado de los cultivos y buenas prácticas de poscosecha. Para poder alcanzar estos niveles de producción y calidad, los productores no sólo deben invertir capital, también necesitan poseer el conocimiento técnico y de negociación.

Un producto de alta calidad es de beneficio tanto para el productor como el consumidor final. Por otro lado, su costo de producción es alto y el riesgo es asumido totalmente por el productor. Eso es un problema cuando el retorno sobre la inversión es limitada por los bajos precios en el mercado (Miyata *et al.* 2009). En un contexto de pequeños productores, cuyo objetivo de producción es a corto plazo, existen desincentivos para adoptar prácticas que permite mejorar la calidad de los cultivos producidos.

Uno de los mecanismos que ha permitido que los pequeños agricultores se incorporen a las cadenas de valor es vía la agricultura por contrato. Este es un instrumento que se usa para coordinar las transacciones en las cadenas de valor agroalimentarias. Los contratos cumplen la función de reducir la incertidumbre en las transacciones en mercados abiertos en donde los precios, la calidad y la cantidad son factores importantes. Si un comprador necesita un suministro constante de producto, con una calendarización estratégica y la calidad que requiere, se realiza por contrato para asegurar el abastecimiento del producto. A los productores agrícolas les interesa establecer estos contratos para mantener un mercado para sus productos y tener acceso a financiamiento y tecnología (FAO 2014).

En general, se asume que estos contratos dan preferencia a productores relativamente grandes, aunque se ha demostrado que también hay factores que influyen (Swinnen y Maertens 2014). En Nicaragua se demostró que los agricultores que participan en este tipo de contratos presentan mayor ventaja y estabilidad en la comercialización de sus productos que aquellos que no participan (Michelson 2013). Anteriormente se pensaba que la exclusión de los agricultores se debía únicamente a la extensión de tierra productiva y el nivel de educación del agricultor. No obstante, se ha evidenciado que existen otras variables que son más significativas. De esta manera, Miyata *et al.* (2009) identificaron que las variables determinantes para la participación en contratos agrícolas eran la disponibilidad de mano de obra y la cercanía de los supermercados a las aldeas. Otro estudio realizado en Nicaragua, concluyó que la exclusión se debía por cercanías a los supermercados, acceso a las carreteras asfaltadas, la tecnología utilizada, la calidad del producto y la capacidad para suplir los volúmenes requeridos (Michelson 2013).

Como una forma de reducir el riesgo, los pequeños agricultores forman asociaciones, esta acción les permite organizar sus siembras, reducir los costos y aumentar los beneficios. De la misma manera, el estar organizados les facilita el cumplimiento de los requisitos para comercializar su producción en mercados formales (Michelson 2013). Las asociaciones de base son organizaciones conformadas por pequeños agricultores que forman para incorporarse a las cadenas de valor agrícolas de sus zonas de producción. El fin de estas organizaciones es ser parte de las cadenas de valor y obtener los beneficios que esto conlleva, esto es: mercados más estables y seguros, mayor oportunidad de obtención de créditos y la reducción de sus costos (Swinnen y Maertens 2014). Los costos de transacción son los costos incurridos de una transacción económica. En la cadena de valor entre más alto es el costo de transacción, menor es el beneficio que perciben los participantes de la cadena. Razón que lleva a los agricultores a tener mínimos costos de transacción mediante la creación de asociaciones (Blandon *et al.* 2009).

La industria agrícola en Honduras tiene diferentes cadenas de valor importantes comercialmente por su producción y exportaciones. Estas son las cadenas de valor del banano, el café, la piña, el melón y la sandía (Staritz y Reis 2013). Estas cadenas se encuentran bien establecidas y su principal mercado es la exportación. Caso contrario a la cadena hortícola, que se caracteriza por la comercialización de producto fresco y no procesado. El mercado principal es de consumo nacional en las zonas urbanas. Las principales zonas productivas de hortalizas están establecidas en los departamentos de La Paz, Francisco Morazán, El Paraíso, Comayagua, Yoro, Copán, Intibucá y Ocotepeque (López 2010).

La cadena hortícola se caracteriza por ser relativamente corta y donde el procesamiento de los productos es mínimo. Dentro de la cadena se encuentran agricultores, asociaciones, intermediarios y las organizaciones comercializadoras que suelen ser los supermercados o el mercado local, esto en dependencia de la calidad del producto. En figura 1 se pueden observar las diferentes conexiones y relaciones que tienen los participantes de la cadena, existen conexiones formales, semiformales e informales. Las conexiones formales tienen la ventaja de presentar un mercado más estable y los precios son mejores dependiendo la calidad del producto entregado. Sin embargo, para tener acceso a este mercado necesitan cumplir los requerimientos establecidos. Las conexiones de la vía semiformal conectan el producto a los mercados y supermercados por medio de intermediarios que no pertenecen a la cadena formal. En el caso de las conexiones informales, los productos son comercializados localmente por medio de intermediarios locales. Este canal de comercialización suele ser para los productos que no cumplen con los requerimientos para entrar al mercado formal. Por todas las diferentes conexiones y los participantes dentro de la cadena se considera complejo a diferencia de la cadena de frijoles y maíz, que son productos de la canasta básica (Chakmers *et al.* 2012).

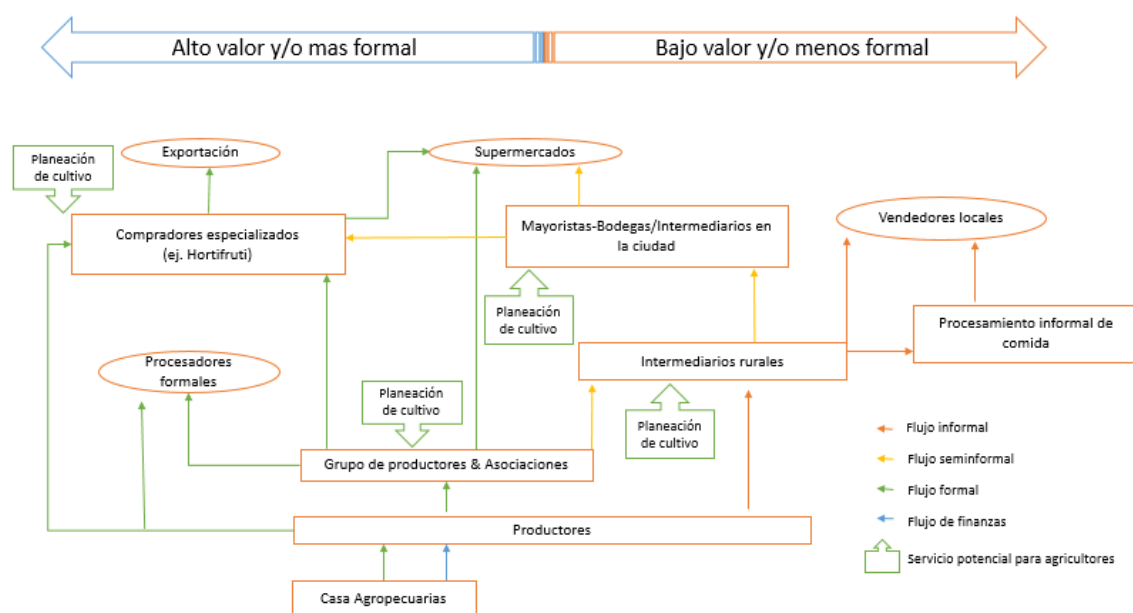


Figura 1. Imagen de la cadena de valor hortícola de Honduras (USAID 2012).

A nivel global el 43% de los agricultores son mujeres, pero por limitaciones de recursos necesarios y beneficios las mujeres se vuelven menos productivas. Investigaciones de la FAO demuestran que las mujeres son 20–30% menos productivas debido a que su acceso a los recursos como tierra, financiación, asistencia técnica y la tecnología es limitado (FAO 2011). La limitación del acceso a los recursos implica que no logran beneficiarse de sus ventajas competitivas, como son el conocimiento, la información y la formación (Quisumbing *et al.* 2011). Esta desventaja tiene como consecuencia una participación reducida de la mujer en la agricultura. Al incluir a la mujer en la agricultura con empoderamiento y los mismos derechos sobre los recursos que hombres, la productividad

de las mujeres aumentaría entre 20 a 30% en la producción agrícola (FAO 2011). El aumento de la productividad por parte de la mujer ayudaría a un incremento en el desarrollo de los países de un 2.5 a 4 %, y se podría reducir la hambruna un 12 a 17% (FAO 2011).

La importancia de realizar estudios con enfoque en género, se debe al trabajo que tiene la mujer en partes no visibles de la cadena, existiendo la tendencia de no dar retribuciones económicas o ingresos a las mujeres (Senders, Lentink, Vanderschaeghe, Snelder, & Jacqueline, 2012). Existen argumentos para el desarrollo de cadenas de valor sensibles al género, los cuales son: argumentos empresariales, argumentos de justicia social, y argumentos de alivio a la pobreza y seguridad alimentaria. Desde estas perspectivas tiene sentido la importancia de analizar los roles y tareas de hombres y mujeres en las cadenas de valor (Senders *et al.* 2012).

El estudio genera datos de relevancia para la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Así mismo, se genera información para el proyecto “Woman’s in Agriculture Networks in Honduras” el cual es un proyecto de cinco años, liderado por la Universidad Estatal de Pensilvania en colaboración con la Escuela Agrícola Panamericana, El Zamorano, que busca comprender como la cadena de producción hortícola puede ayudar al empoderamiento de la mujer, con el fin de generar ingresos y mejorar la calidad de vida de los hogares. Este estudio es parte de una serie de proyectos de “Woman’s in Agriculture Networks in Honduras” que tiene como objetivo realizar, esta caracterización de cadena de valor, es tu trabajo conjunto con el documento de Silvia Eugenia Quiñonez, análisis de la cadena de valor de zanahoria en Intibucá, y comparten información.

Por esa razón es importante incluir a la mujer en las redes agrícolas, para potenciar un desarrollo no sólo en la forma de vivir de cada familia, si no de la sociedad. Para lograr esto se determinaron los siguientes objetivos:

- Se identificó los eslabones de la cadena de valor del tomate, además de describir las interacciones de los actores de la cadena.
- Se detalló el papel de los hombres y mujeres en los diferentes eslabones y su acceso en control sobre los recursos.
- Se caracterizó las principales limitaciones que se presenta actualmente en la cadena de tomate de los productores de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas.

2. METODOLOGÍA

La investigación se enfocó en la cadena de valor de tomate de los productores que forman parte de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Se trabajó tanto con fuentes de información primaria como secundaria. Para la recopilación de información secundaria se realizó una revisión de literatura sobre área de cultivo, productores, volúmenes de producción, precios, principales actores, calidad requerida del producto. Por otro lado, la recopilación de información primaria se realizó a través de herramientas cualitativas. El levantamiento de información de campo se realizó durante los meses febrero y marzo del año 2016. Para el estudio se recurrió a contactos claves de la asociación y proveedores de servicios de la cadena de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Las herramientas aplicadas para la recolección de información primaria fueron entrevistas semiestructuradas con actores claves y talleres participativos.

En total se realizaron nueve entrevistas semi estructuradas, incluyendo personal de junta directiva de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, intermediarios y compradores especializados. Las entrevistas tienen una duración promedio de 25 minutos. Las preguntas se formularon con el fin de identificar las diferentes funciones de los actores dentro los eslabones en cadena, con una atención específica hacia el rol de la mujer. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas. Se agrupó la información obtenida en categorías que concentraron las ideas similares. Luego las categorías fueron relacionadas con los fundamentos teóricos de la investigación (Fernández Núñez 2006).

Se realizaron dos talleres con grupos focales con una participación total de 14 socios de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, distribuido igualmente entre hombres y mujeres. Los talleres se realizaron separados (un taller solamente con hombres y otro solamente con mujeres) con el fin de distinguir las percepciones desde una perspectiva de género sobre el funcionamiento de la cadena. Durante los talleres se aplicó el “Marco Analítico de Género” desarrollado por (Overholt *et al.* 1985). La metodología contiene cuatro componentes interrelacionados que son:

1. Perfil de actividades: La recolección de información sobre el trabajo productivo por género, la cual da a conocer las actividades que realizan los hombres y las mujeres.
2. Perfil de acceso y control: Lo cual permite identificar las diferencias en las oportunidades y desventajas entre mujeres y hombres. Además, enfoca en la toma del control sobre los recursos económicos.
3. Factores que influyen en las actividades: Un elemento crucial en el tema de género es el acceso y control sobre los recursos. Este componente identifica las oportunidades y limitaciones para la participación de hombres y mujeres en el desarrollo de las actividades productivas.

4. Análisis del ciclo del proyecto: A través de la información obtenida se pasó a ordenar en las respectivas matrices de cada componente, y se analiza el ciclo del proyecto.

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). Para el presente estudio se utilizó una adaptación de las tres primeras etapas del método. En el siguiente cuadro se presenta el resumen de las metodologías aplicadas para la recopilación de la información.

Cuadro 1. Recopilación de información.

Sujeto de investigación	Número individuos	Método de recopilación de datos
Socios	7	Talleres Participativos
Socias	7	Talleres Participativos
Intermediarios	2	Entrevista Semiestructurada
Personal de junta directiva	5	Entrevista Semiestructurada
Compradores especializados	2	Entrevista Semiestructurada

Para el análisis de la información recolectada se desarrolló un Mapeo de la Cadena de Valor (Lundy *et al.* 2003 y Eschborn 2007). Por medio de esta herramienta se analiza la cadena en detalle para obtener un mayor conocimiento sobre su funcionamiento e identificar dónde en el proceso hay oportunidades de mejoras para lograr un mayor rendimiento, o en este caso, una mayor participación de la mujer. En el primer paso se identifica la secuencia de funciones desde la producción hasta el consumo final. Estas funciones incluyen la producción, poscosecha y transformación, comercialización y proveedores de servicios de apoyo. Debido a que cada cadena agrícola tiene su propia dinámica, normalmente se complementa este esquema con funciones adicionales. Para cada función identificada se identificaron los actores de la cadena. Después que se asignaron las funciones y actores en el mapa de la cadena, se colocaron las relaciones entre los actores. En la siguiente fase se colocó en cada eslabón información clave que refleja el flujo del producto, precios y personas (por género) que participan en las transacciones. Además se identificaron las limitaciones o las oportunidades para que la organización pueda mejorar su competitividad y escalonar. Por último en cada eslabón se colocó información sobre las funciones que realizan hombres y mujeres, así como la proporción de personas involucradas por género, como lo sugiere Flores *et al.* (2005).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se presenta los resultados obtenidos, En la primera parte se presenta un breve perfil de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Seguido por el mapeo de la cadena de valor de tomate, con la descripción de cada eslabón, la participación por género y las actividades que realizan, conjunto con las limitaciones por eslabón. Le sigue las interacciones entre eslabones, y por último la participación en el eslabón productivo, conjunto con los resultados detallados del acceso y control de los recursos.

La Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. La Asociación fue fundada en 2009 por 191 familias agricultoras. Los socios actuales son 106 hombres y 45 mujeres. La Asociación se creó con el objetivo de que los productores dejaran de ser excluidos de la cadena de valor hortícola de Honduras. La asociación brinda a sus socios ciertas ventajas y beneficios. Estas ventajas son, entre otras, la facilidad de acceso al mercado para la venta de sus cultivos, principalmente hortalizas, servicio de crédito y la asistencia técnica. Este paquete de servicios obliga al productor comercializar sus productos a través de la Asociación. Las metas de la Asociación son brindar el mayor apoyo a los agricultores socios y ser más competitivos en el mercado de hortalizas.

En la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas existen dos tipos de socios, aquellos que son denominados como socios fundadores y los socios estratégicos. Los socios fundadores son productores que desde su inicio han sido miembros de la asociación. En la producción de tomate, los socios tienen una producción promedio de 5000 a 6000 lb en áreas de 600 a 1,500 m². Debido a que su producción y entrega no es suficiente para satisfacer la demanda de hortalizas, la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas ha ampliado su grupo meta con los socios estratégicos. Los socios estratégicos son productores más grandes con un área de producción mayor a 7,000 m² y con una oferta más constante. La relación con socios estratégicos es relativamente informal, no hay contratos establecidos y por ende es libre de comercializar como mejor le parezca, sea a través de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas o por su cuenta.

En total hay 29 los socios fundadores de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas dedicados a la producción de tomate, la gran mayoría son hombres (23 personas). Aunque este número es alto no evidencia la relevancia del papel de la mujer en las actividades productivas. La participación de la mujer como trabajadora familiar (hermanas, esposas y madres) es significativa, tanto en actividades de producción, como en la comercialización. Adicionalmente, los socios que producen tomate se caracterizan por ser relativamente jóvenes. La mayoría aún se encuentra estudiando en el ciclo de segundo grado. Durante la semana se dedican al manejo del cultivo, en cual se cuenta con el apoyo familiar, mientras durante los fines de semana están en el colegio.

Desde 2009 la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas logró establecer un contrato con dos supermercados Walmart, (Hortifruti) y Supermercados La Colonia. Ambos supermercados están concentrados en San Pedro Sula y Tegucigalpa. Semanalmente la asociación entrega a Walmart alrededor de 15,000 libras en producto., De esta cantidad entre 10,000 a 13,000 libras son papa y el restantes de libras corresponden a tomate, chile, zanahoria y remolacha. A los Supermercados La Colonia se les entrega un total de 8,000 libras de las cuales 2500 libras son de tomate, 3,500 libras de papa, 1,000 libras de chile y 1,000 libras de remolacha. En tomate semanalmente venden a La Colonia USD 1354 (USD 0.32/Lb) y a Walmart USD 800.00 (USD 0.26/Lb).

Cuadro 2. Venta a supermercados.

Supermercados	Tomate (lb)	Precio (USD/lb)	USD total
Walmart	2,500	0.32	800.00
La Colonia	4,233	0.26	1,354.00

Actualmente la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas recibe donaciones importantes por parte de la cooperación internacional. La primera organización es VECOMA que ayuda a la asociación cubriendo el costo de la parte administrativa, es decir, los sueldos de la parte operativa de la empresa y los gastos que se generan. COMRURAL ayuda a la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas con la parte productiva, los costos que se generan en campo y en la producción. A finales de año la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas tiene la meta de ser solvente en sus finanzas, por la razón que la ayuda externa se acaba.

El área de influencia de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas son las zonas altas del municipio de Intibucá y de Yamaranguila. Ambas zonas se caracterizan por ser aptas para la producción de hortalizas. Junto con los departamentos de Ocotepeque y Comayagua, la zona Intibucá y Yamaranguila son importantes proveedores de hortalizas para el mercado nacional. Su ubicación geográfica y el buen estado de las carreteras en la zona, permiten un acceso relativamente fácil a las ciudades más importantes del país, San Pedro Sula y Tegucigalpa.

Descripción de la cadena de valor de tomate. La cadena de valor de tomate de los productores de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas es relativamente simple con un número reducidos de actores en cada uno de los eslabones. A continuación se describe cada uno de los eslabones y los actores de cada eslabón, mostrando las interacciones entre ellos.

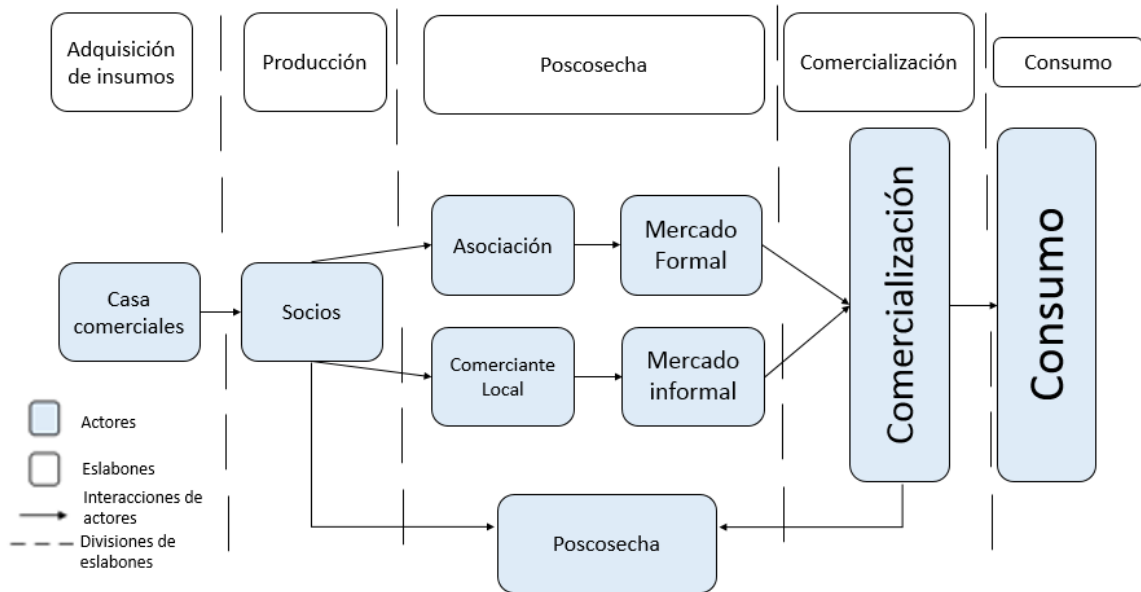


Figura 2. Mapeo de la cadena de valor de tomate.

En el eslabón de adquisición de los insumos para los productores, la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas juega un papel importante. A través de la compra al por mayor, la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas puede conseguir descuentos para los insumos agrícolas. La Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas trabaja a través de las casas comerciales Cadelga Fértica y COHORSIL. Aunque la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas mantiene relación con ambas casas comerciales, la relación es más estrecha con Cadelga Fértica, ya que le proporciona más facilidades con respecto a la negociación de precios y opciones de financiamiento. La participación por género de las casas comerciales está dominada por hombres (77% de participación masculina), las actividades que ellos realizan están relacionadas con la seguridad, administración y trabajo pesado (carga y descarga de producto), mientras el papel de la mujer se limita a la parte administrativa (fungiendo como secretarías y en algunos casos como vendedoras).

El financiamiento para los productores es el resultado de una vinculación triangular entre la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, la casa comercial y FINCA micro-financiera. La Asociación selecciona los productores sujetos al crédito y pasa la información a la casa comercial y FINCA. Con el aval de la Asociación, los productores pueden recoger sus insumos, que son financiados por FINCA. Cabe destacar que los productores no disponen una garantía, y es el aval de la Asociación lo que funge como garantía para que los préstamos sean desembolsados por FINCA.

Los productos más adquiridos son semillas, fertilizantes, sistema de riego, agribon, bandejas germinadoras, agroquímicos y cabuya. Cabe destacar que la calidad de la semilla es crucial para lograr un buen rendimiento. La variedad debe ser adaptada a la altura y las condiciones climáticas de la zona. La variedad más utilizada por los socios es Mountain

Fresh. Un socio gasta alrededor de USD 450.00 por ciclo de tomate en insumos, de los cuales aproximadamente el 50% son cubiertos por el crédito.

Dos tecnologías que han sido impulsadas por la asociación han sido el agríbon y el sistema de riego por goteo. El agríbon conserva la humedad y temperatura bajo la cubierta, además funciona como una barrera física que impide el acceso de insectos que pueden dañar el cultivo. El uso de sistema de riego por goteo ya es algo común entre los productores de tomate. El uso de eficiente de agua es considerado crucial, sobretodo en una zona relativamente seca con estaciones climáticas marcadas. Un sistema de riego por goteo es relativamente costoso (USD 4566.00 por hectárea) y demandante en cuanto al mantenimiento y conocimiento.

El eslabón de la producción consiste en todo las actividades que van desde la preparación de la tierra hasta la cosecha. Los productores son responsables para la producción. Debido a los altos estándares de calidad exigidos por los supermercados, la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas ofrece asistencia técnica y seguimiento a la producción mediante tres técnicos (dos hombres y una mujer), se verifican que la producción cumpla con los requerimientos de los pedidos para los supermercados. Los requerimientos de calidad son entre otros: un peso entre 180 a 220 gramos por tomate, el producto no debe presentar malformaciones, ni daños mecánicos o biológicos.

Según los productores entrevistados, la limitación principal que se presenta en la parte productiva es la falta de capital para aumentar su área de producción. En promedio los socios manejan entre dos a cuatro tareas (una tarea son 437.5 metros cuadrados, equivale a 0.04375 ha), lo cual es insuficiente para generar un ingreso suficiente para cubrir los gastos del hogar. La segunda limitante con igual importancia es la escasez del recurso agua, lo que impide el crecimiento del área de producción, específicamente en la zona baja de Yamaranguila.

La asistencia técnica y seguimiento a la producción para garantizar la calidad ha estado funcionando satisfactoriamente. Los productores son organizados en pequeños grupos y son visitados por los técnicos de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas cada 8 o 15 días. Según los técnicos de campo, la gran mayoría de los productores no suelen seguir las instrucciones, lo cual termina afectando tanto la calidad como la cantidad de la producción. Son las mujeres quienes están más abiertas a los consejos e implementan con mayor frecuencia las sugerencias brindadas por el asistente técnico.

La participación del hombre y la mujer en las actividades productivas es un tema ampliamente discutido (Quisumbing *et al.* 2011). Hay una tendencia de subestimar el papel de la mujer, sobre todo si las actividades son relacionadas a la parcela que pertenece a un hombre. Durante las discusiones en los talleres sobre el eslabón productivo, los participantes estiman que el 70% del trabajo es realizado por el hombre. No hubo una diferencia entre la percepción de los hombres y las mujeres. En el Anexo 1 se puede observar la división por género en las diferentes actividades que forman parte del eslabón productivo. Aunque la mayoría de las actividades son realizadas por los hombres, las mujeres dominan las actividades de cosecha y desmalezado. La mujer está ausente en las

actividades donde hay una mayor exigencia de fuerza como preparación de suelo, levantamiento de cama y fumigación.

La participación de la mujer en la cadena pasa desapercibida, o participa en lugares no visibles de la cadena, y con una tendencia a no ser reconocidas, ni remuneradas (Senders *et al.* 2012). En el eslabón productivo de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, las mujeres realizan actividades caseras, que tienen impacto indirecto en la producción, la preparación de alimentos y la entrega de estos en la parcela. Las mujeres también participan en actividades que tienen impacto directo en la producción, después de terminar las actividades de la casa, esta falta de tiempo. La falta de tiempo es una limitante, para la productividad de la mujer en la producción, atribuyéndose a los roles de género que tienen en el hogar. Los roles de género, dividen las actividades y responsabilidades que tienen el hombre y la mujer en la sociedad (Quisumbing *et al.* 2011).

En el eslabón de poscosecha y acopio de producto inicia desde que el producto se cosecha hasta que es consumido por los clientes (Grolleaud 2016). Después de la cosecha del tomate, los productores realizan una clasificación, y limpieza en campo. Son clasificados por peso, color y estado del tomate (malformaciones, daños biológicos y mecánicos). Los productores pagan el transporte hacia las instalaciones de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Una vez ubicado el producto en la planta se le realiza una segunda clasificación y limpieza. Aproximadamente, una quinta parte de producto no cumple con los estándares para los supermercados y es destinado para el descarte o para la venta local.

La cosecha se programa para los días martes y jueves, y la entrega a los supermercados se realiza los días miércoles y viernes. De esta forma la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas puede garantizar un producto fresco y de calidad. Después de la entrega del producto, la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas paga a sus productores. El pago es en dos partes, la primera mitad a los 15 días y el resto al mes de la cosecha. Las actividades de la mujer en este eslabón son administrativas, clasificación y limpieza del producto. Según lo recopilado en las entrevistas, las mujeres realizan estas actividades es debido a que son más rápidas y precisas en este tipo de actividades, y los hombres se dedican más al trabajo duro. Mientras las actividades del hombre son la recepción de producto, clasificación, limpieza, y entrega. El eslabón de poscosecha tiene una participación por parte de la mujer de un 66% y 33% del hombre.

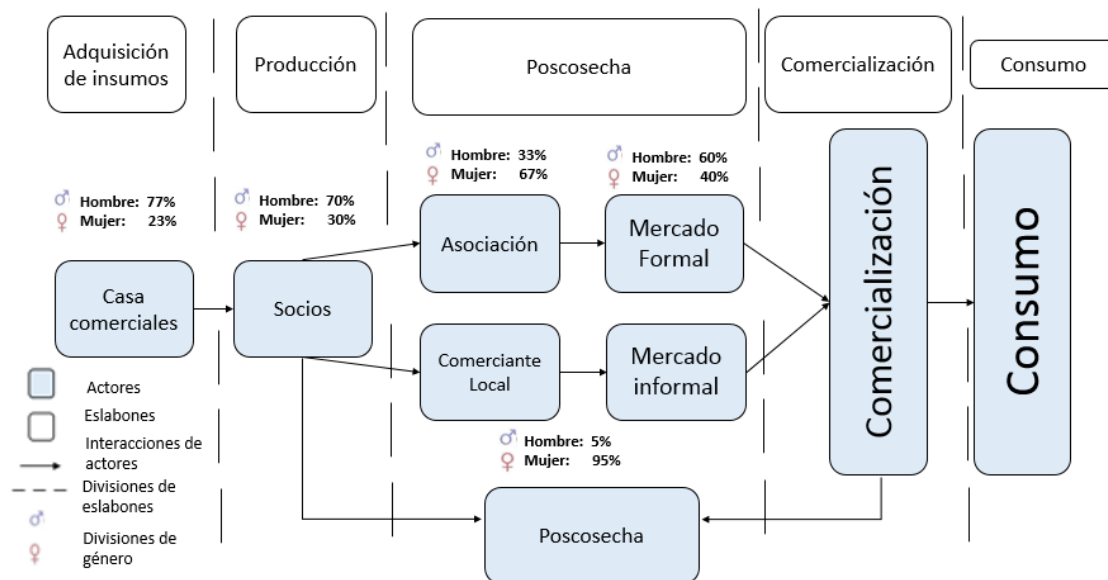
El eslabón de comercialización es dividido en dos partes, el mercado formal e informal. En el mercado formal la mujer tiene una participación del 40% y el hombre de 60%. En la visita realizada a uno de los centros de acopio de los supermercados, se pudo observar la dinámica de recepción y acondicionamiento del producto, en donde la participación en su totalidad es masculina. Mientras las mujeres trabajan en la clasificación final del producto y posterior colocación en mostrador. El mercado informal es casi en su totalidad manejado por la mujer (95%). Igual que en la comercialización formal, a través de una visita al mercado artesanal de Intibucá se pudo observar que la mujer es quien toma el control de todo el proceso. Ella decide sobre la cantidad y tipo de producto que compran y manejan la parte financiera. Además, ellas son las dueñas de los locales de venta en el mercado. Las actividades del hombre se limita a la recepción del producto y acompañan a la mujer

mientras se hace negocio con los agricultores que llegan vender sus productos en la madrugada (4:00 am). Posteriormente el hombre carga el producto hacia el puesto de venta. Esto también pudo ser evidenciado por medio de la información recopilada en los talleres. Por lo general, la mujer recibe el producto que no clasifica para venta en el supermercado, de esta manera, ellas pueden vender el producto manera directa en el mercado local o por medio de los intermediarios. Tanto los hombres como las mujeres que participaron en el taller mencionaron que los ingresos generados por estas ventas pertenecen a la mujer y ella puede decidir qué hacer con estos dineros.

El eslabón final de la cadena es el eslabón de consumo, donde el cliente obtiene y consume el tomate tanto del mercado formal o informal. En el caso de la cadena de valor de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, se encuentra ubicado en tres lugares. En el caso del mercado formal son Tegucigalpa y San Pedro Sula, y en el mercado informal es el mercado artesanal de Intibucá.

La participación general de la mujer en la cadena de valor representa aproximadamente el 50% en su totalidad. En el siguiente gráfico y cuadro se detalla la participación de cada género por actores de la cadena.

Figura 3. Mapeo de la cadena con la participación desagregada por género.



Cuadro 3. Participación de la cadena desagregada por género.

Eslabón	Total contabilizados	Participación hombres (%)	Participación mujeres (%)
Adquisición de insumos	13	77	23
Producción	14	70	30
Poscosecha	12	33	67
Mercado formal	310	60	40
Mercado informal	20	5	95
Total	369	56	42

El acceso y control sobre los recursos. El pago de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas es directamente a la persona responsable para la entrega del producto, lo cual es normalmente el hombre. El dinero es normalmente utilizado para cumplir con la alimentación del hogar, educación de los hijos, medicinas, y reinvertir en la parcela de producción. Salió a la luz que, en el caso de la producción de los hombres, al momento de clasificar y comercializar, les otorgan una parte de la cosecha (específicamente el tomate deforme o que no entra en la calidad para la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas) a las mujeres de su familia, sea esposa, hermana o madre. Ellas comercializan este productor en su vecindario o en el mercado local. El dinero generado son para los gastos personales de ellas, aunque en muchos de los casos se utiliza para cubrir gastos alimenticios y educativos de los hijos.

Al igual que el recurso tierra, los dueños son los hombres por lo que complica el acceso a las mujeres a este recurso, lo mismo pasa con las herramientas de trabajo. Sin seguridad de tenencia, resulta ser difícil acceder al crédito, o ser miembro de asociaciones agrícolas como es en el caso de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, especialmente cuando se encarga del procesamiento y comercialización. Las mujeres con acceso a la tierra son normalmente mujeres sin pareja presente (viudas, solteras divorciadas, etc.).

La limitada participación de la mujer en las actividades productivas es consecuencia de los roles de género que dominan en la zona. En el taller realizado fue posible evidenciar que las actividades de la mujer están concentradas en el cuidado del hogar. El “aporte” que brindan a las actividades productivas del hogar dirigidas por los hombres es realizado después de haber cumplido con las actividades domésticas. Este doble rol, doméstico y productivo, limita la valorización del aporte de la mujer a las actividades productivas del hogar. Además, el trabajo de las mujeres no es reconocido por los hombres (ni siquiera de una manera monetaria) y es considerado por los mismos como una obligación que tiene la mujer como pareja. Por esta razón, el aporte de la mujer se puede considerar como un “subsidio” directo para la producción de los cultivos (Chant 2015).

Análisis de la cadena. La eficiencia de una cadena de valor depende de las interacciones entre los diferentes actores. En esta sección se discute y analiza las interacciones más

importantes de la cadena y cómo afectaría el funcionamiento del modelo empresarial de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas.

La base del modelo empresarial de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas es su relación con FINCA, las casas comerciales y los dos supermercados. Sin embargo, este modelo se encuentra amenazada por el incumpliendo por parte de los mismos socios de la asociación. A pesar que hay un compromiso por parte de los productores para comercializar su producto a través de la cadena de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas. Este compromiso no ha sido respetado por la mayoría de los productores (28%). Según la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, la demanda semanal por parte de ambos supermercados es de 6,750 libras semanal. En las épocas de baja oferta por parte de los productores solo se cumple de 600 a 1,000 lb semanales (10-15%). A pesar que los socios son financiados por medio de la asociación, al momento de la cosecha ellos venden su producto a comerciantes locales. Con la venta de sus productos vía el canal alternativo, los productores incumplen con el compromiso a con la asociación y evitan el pago de sus deudas adquiridas. Actualmente la mora financiera por parte de los productores es alrededor de un millón de Lempiras (USD50,000.00).

El lento proceso de pago por los supermercados de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas y por ende al productor es un factor importante para explicar la venta de productos por parte de los socios en mercados alternativos en la zona. Los productores no tienen la solvencia para esperar tanto tiempo por su dinero. La Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas funciona como un ente de acopio de los productos, y no es un intermedio con el capital necesario para pagar inmediatamente al productor. Aunque con este modelo la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas no asume el riesgo financiero, si dificulta para cumplir con sus objetivos para apoyar al pequeño productor en la zona. Aunque, eso no justifica el no pago por parte de los productores de sus créditos adquiridos a través de la asociación.

La mora financiera es una amenaza grande para la asociación. La Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas es el garante ante la micro-financiera FINCA y debe responder por el endeudamiento de sus socios. Debido a que los créditos fueron otorgados en base de confianza, no hay forma directa para cobrar los montos a través de la liquidación de las garantías. Actualmente la única forma para recuperar los montos otorgados es a través de un proceso de renegociación de la deuda con cada uno de los socios.

La no entrega de productos por parte de los productores no afecta solamente la relación con FINCA, sino también con los supermercados. Las fluctuaciones y entrega debajo las cuotas establecidas podrían causar incertidumbres en el compromiso actual con los supermercados. El planeamiento de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas para trabajar con socios estratégicos para cumplir con la demanda es una solución adecuada, pero no óptima.

Con respecto de los socios estratégicos. La asociación recibe donaciones importantes de la cooperación internacional para financiar sus actividades operativas. En cierta manera, los beneficiarios más grandes de este subsidio son los socios estratégicos, no solamente por recibir asistencia técnica, sino son ellos que más producto entrega a la asociación.

La Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas no ha logrado establecer una posición sólida en la cadena de valor de tomate. Su modelo empresarial como agencia de acopio de productos frescos no cumple con la dinámica productiva de sus socios. Sus ingresos sobre sus actividades operativas son mínimas y han sido subsidiadas por la cooperación internacional.

4. CONCLUSIONES

- La cadena de valor de tomate de la asociación consta de cinco eslabones; Adquisición de insumos, producción, poscosecha, comercialización y consumo. Los actores secundarios impactan de una manera importante, tanto que influyen en el bienestar de esta cadena, especialmente los de financiamiento y ayuda externa.
- Se encontró limitaciones en cuanto al modelo empresarial de la asociación, que podrían afectar el futuro de esta cadena. Este problema se concentra sobretodo en la tardanza de los pagos de los supermercados, el manejo de los créditos y la tardanza de entrega de los productores
- El papel de la mujer dentro de la cadena es importante, pero poco remunerado y reconocido en la parte productiva, donde tiene un impacto importante. Los roles de género en el hogar y la cultura, son el problema principal, de la falta de empoderamiento de la mujer.
- La no valoración social y monetaria del trabajo de la mujer en las actividades productivas por parte de los hombres se puede considerar como un “subsidio” directo para la producción de los cultivos.

5. RECOMENDACIONES

- Buscar un modelo empresarial que podría mantener o cubrir los gastos operativos, debido al salido de la ayuda extranjera a final de año. Realizar o mejoras de actividades, para generar rentabilidad a la asociación
- Introducir un cambio en las políticas actuales. Un ejemplo es la introducción de un sistema de clasificación de socios. Los socios que se mantienen al día con el pago de los créditos, tienen derecho a recibir su pago por la venta, antes que los socios que incumplen con las obligaciones de pago. El ser más estricto con los créditos, podría ser otra solución, al exigir un aval para respaldar el dinero invertido. Además, como una presión al agricultor a cumplir con la entrega de producto. Por otro lado, otra opción puede ser eliminar los financiamientos, y realizar los pagos a los agricultores de contado en el momento de la entrega a la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas.
- Desarrollar por parte de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, programas para el desarrollo del empoderamiento de la mujer, comenzando con un enfoque nutricional o educativo. Este programa debe esforzar el papel de la mujer en la actividad productiva y dentro de la asociación misma.

6. LITERATURA CITADA

- Blandon, J., Henson, S., & 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
- Chakmers, G., Haidara, M., Alvarez, E., & 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
- Chant, S. (2015). Gendered Commodity Chains: Seeing Women's Work and Households in Global Production. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, 44(6), 793–794. doi:10.1177/0094306115609925k
- Coles, C., & Mitchell, J. (2011). *Gender and agricultural value chains: A review of current knowledge and practice and their policy implications*. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-am310e.pdf>
- FAO (2011). The state of food and agriculture: Women in agriculture closing the gap for development: FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/013/i2050e/i2050e.pdf>
- FAO. (2014). *La agricultura por contrato: Division de infraestructura rurales y agroindustria*. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i2858s.pdf>
- Fernández Núñez, L. (2006). *Fichas para investigadores: ¿Cómo analizar datos cualitativos?* Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/195593356/COMO-ANALIZAR-DATOS-CUALITATIVOS#scribd>
- Grolleaud, M. (2016). Pérdidas post cosecha: un concepto mal definido o mal utilizado: Estudio sintético y didáctico sobre el fenómeno de las pérdidas que se producen a lo largo del sistema post-cosecha. *FAO*,

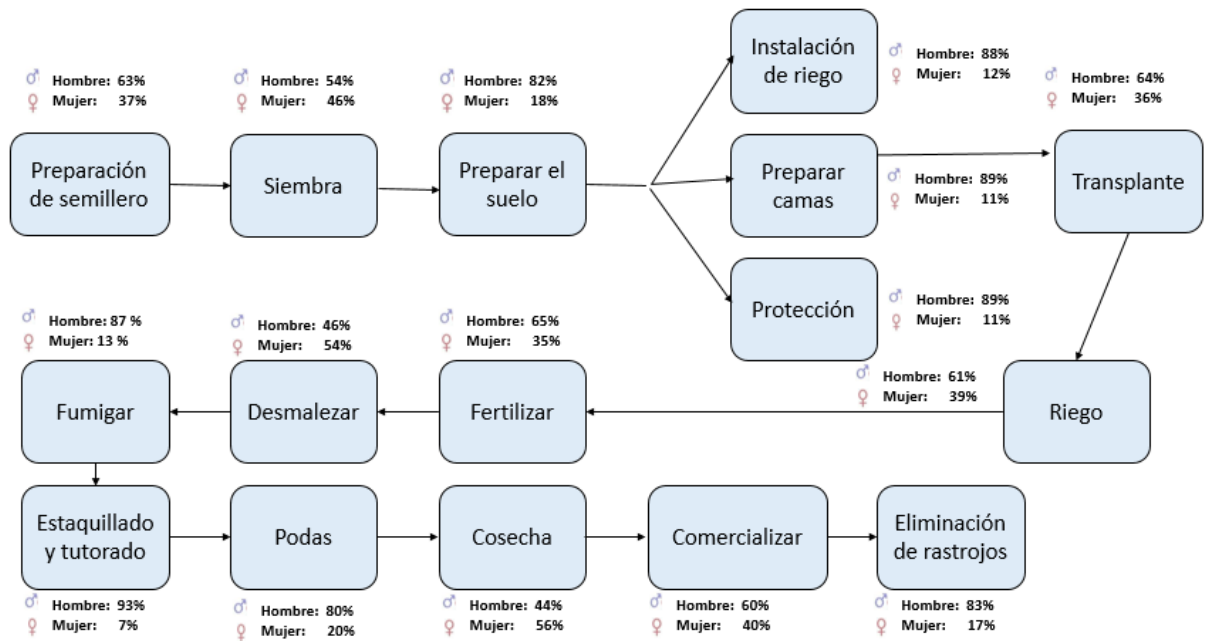
- López, D. L. (2010). Proyecto: Fortalecimiento en la Formación de Capacidades Empresariales en el Departamento de Ocotepeque: ESTUDIO DE MERCADOHORTALIZAS. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36047225>
- Lundy, M., Gottret, M., Cifuentes, W., Ostertag, C., & Best, R. (2003). *Diseño de Estrategias para Aumentar la Competitividad de Cadenas Productivas con Productores de Pequeña Escala*.
- 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., & Hu, D. (2009). Impact of Contract Farming on Income: Linking Small Farmers, Packers, and Supermarkets in China. *World Development*, 37(11), 1781–1790. doi:10.1016/j.worlddev.2008.08.025
- Overholt, C., Anderson, M. B., Cloud, K., & Austin, J. E. (1985). *Gender Roles in Development Projects: Acase Book*: Harvard.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance* (First Free Press edition). New York: Free Press.
- Quisumbing, A. R., Meinzen-Dick, R., Raney, T. L., Croppenstedt, A., Behrman, J. A., & Peterman, A. (2011). Closing the Knowledge Gap on Gender in Agriculture: Closing the Knowledge Gap on Gender in Agriculture: FAO. Recuperado de <http://www.springer.com/us/book/9789401786157>
- Senders, A., Lentink, A., Vanderschaeghe, M., Snelder, R., & Jacqueline, T. (2012). Género en cadenas de valor, 2. Recuperado de http://agriprofocus.com/upload/FINAL-Caja_Herramientas.compressed1415291170.pdf
- Staritz, C., & Reis, J. (2013). Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center Industries. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/16976>
- Swinnen, J. F. M., & 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

van der Heyden, D., & Camacho, P. (2006). Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas, 2. Recuperado de http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/16824/original/guia_metodologica_analisis_cadenas_productivas_2006.pdf

7. ANEXOS

Anexo 1. Caracterización del eslabón productivo



Anexo 2. Entrevista a productores de tomate

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a los productores de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas para la caracterización de la cadena de tomate 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 sus insumos que necesita para la producción?
5. ¿Quiénes son sus proveedores de insumos? ¿Cómo los adquiere?
6. ¿Cómo financia la producción?
7. ¿Cuáles son las fechas fuertes de cosecha?
8. ¿Cuál es nivel tecnológico para la producción? (observación)
9. ¿Qué ventajas ha visualizado el soporte técnico recibido por la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas? ¿Qué tan bueno es?
10. ¿Qué otro beneficio recibe al pertenecer a la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
11. ¿Aproximadamente cuánto es el costo de la tecnología que usa?
12. ¿A quién le venden su producto? ¿Qué cantidad y con qué frecuencia?
13. ¿Cuánto es el ingreso que percibido por la producción? ¿A cuánto lo vende?
¿Cuánto vende?
14. ¿Cuánto le cuesta la producción?
15. ¿Cuáles son los accesos que tienen para obtener recursos?
16. ¿Qué regulación de calidad tienen para poder ser un proveedor de tomate?
17. ¿Qué actividades realiza en la producción de tomate?
18. ¿Cuántos trabajadores participan en cada actividad? ¿Cuántas mujeres y cuantos hombres?
19. ¿Qué factores toma en cuenta para contratar trabajadores?
20. ¿Qué tan productiva es la mano de obra femenina y la mano de obra masculina en las actividades que realizan?
21. ¿Qué limitaciones tiene como productor?

Anexo 3. Entrevista a asistentes técnicos de campo y encargado de comercialización

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

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

Nombre del entrevistado:

1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
2. ¿Qué zonas de influencia de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas recibe asistencia técnica por su persona?
3. ¿cumplen con la demanda de los mercados?
4. ¿Cómo planean fortalecer esa parte de poder cumplir con el mercado?
5. ¿de los productores nuevo que porcentaje son mujeres?
6. ¿Cuántos hombres y cuantas mujeres productoras de tomate asisten técnicamente?
7. ¿Cuántos socios nuevos han incorporado?
8. ¿Qué meta tiene la asociación?
9. ¿Existe diferencia para la asistencia técnica por género?
10. ¿Quién es más accesible a aplicar sus recomendaciones, los productores o las productoras?
11. ¿Cómo es la relación que se mantiene con los productores y los asesores técnicos?
12. ¿Cómo pueden tener acceso a su asistencia, que requisitos necesita el socio o socia?
13. ¿Cuáles son las principales razones de la asistencia a los productores?
14. ¿Qué beneficios obtiene la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas de la asistencia en campo?
15. ¿Cómo relación mantiene que se mantiene con la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
16. ¿Cómo se distribuyen las zonas de influencia para asistencia técnica?
17. ¿Desde qué momento comienza la asistencia técnica?
18. ¿las limitaciones que tienen los productores?
19. ¿Cuáles son las principales limitaciones de los asistentes técnicos?
20. ¿Cómo negocian los precios con los productores?
21. ¿qué relación hay con intermediarios?
22. ¿Quién exige los estándares de calidad?
23. ¿Qué pasa con el producto que no entra en los estándares?
24. ¿Es difícil la negociación con el precio con respecto a la plaza?
25. ¿Quiénes tienen un nivel mal alto técnico en campo, los hombres o mujeres?
26. ¿Cómo deciden que cultivar?
27. ¿Cuáles limitaciones tiene la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
28. ¿Los objetivos de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?

Anexo 4. Entrevista a secretario de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista al tesorero de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas para la caracterización de la cadena de tomate con enfoque de género en Intibucá, Honduras.

Nombre: _____

1. ¿Su puesto en la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
2. ¿Qué actividades realiza como secretario de OSOFAIL?
3. ¿Cuáles cree usted que sean las limitaciones para ser más competitivos?
4. ¿Dónde es su zona de producción?
5. ¿Qué área usted maneja?
6. ¿Usted es propietario de esa área?
7. ¿cuántos años lleva produciendo?
8. ¿Cuáles son los principales insumos que necesita para una producción?
9. ¿Todos los insumos los obtiene a través de los socios comerciales o tiene otros proveedores?
10. ¿Cuánto usted invierte en su producción de insumos en tomate?
11. ¿Lo financia a través de la asociación o usted también pone parte de financiamiento?
12. ¿Cuál es el rendimiento por tarea de su producción?
13. ¿Qué nivel tecnológico Maneja?
14. ¿Cuáles son las fechas de mayor cosecha?
15. ¿Qué ventajas usted ha visualizado al tener el soporte técnico por parte de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
16. ¿Qué otros beneficios usted tiene al ser un socio de la asociación?
17. ¿Aproximadamente cuánto es el costo de todo lo que usted ha invertido?
18. ¿Usted todo su producto vende a la asociación?
19. ¿Cuál es la utilidad que usted obtiene por toda la producción?
20. ¿Cuáles son los accesos que tiene para su producción?
21. ¿Qué actividades realiza en toda la producción de tomate?
22. ¿Usted realiza esas actividades solo?
23. ¿Hombres o mujeres?
24. ¿Su familia le ayuda? ¿En qué?
25. ¿Qué factor toma en cuenta cuando va a contratar mujeres?
26. ¿Es productiva la mano de obra femenina?
27. ¿Usted como parte de la directiva de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, como cree que puedan ser las
28. ¿Cómo productor cuáles son sus principales limitaciones que le impiden ser más competitivo?
29. ¿Qué es lo más importante que realiza como secretario?

Anexo 5. Entrevista a intermediarios de tomate

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

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

Nombre: _____

1. ¿Está de acuerdo con realizar la entrevista?
2. ¿Su nombre?
3. ¿Este es un local de compra y venta de tomate?
4. ¿Qué otras hortalizas comercializan?
5. ¿Comercializan con tomate pera o manzana?
6. ¿Por qué?
7. ¿Ustedes compran directamente a productores?
8. ¿El precio es similar al de la plaza?
9. ¿Ustedes venden el producto al mercado o a dónde?
10. ¿Cómo cuáles?
11. ¿Más o menos a la semana cuanto producto de tomate comercializan?
12. ¿De cincuenta libras?
13. ¿A cuánto venden la caja?
14. ¿A cuánto compran la caja de los productores?

Anexo 6. Entrevista a gerente de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a gerente de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas para la caracterización de la cadena de tomate en Intibucá, Honduras.

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Cuál es la funcionalidad de la cooperativa para la producción de tomate?
2. ¿Qué actividades realiza la asociación?
3. ¿Cuántos empleados tienen la cooperativa (hombres y mujeres)?
4. ¿Qué actividades realizan los hombres y cuales las mujeres?
5. ¿Cuántos productores tienen asociados?
6. ¿Cómo clasifican socios activos e inactivos?, y ¿Cuántos socios activos e inactivos tienen la asociación, cuántas mujeres y cuantos hombres?
7. ¿Cuántos productores de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas son mujeres y cuantos hombres?
8. ¿Qué ventajas o beneficios tiene los(as) productores(as) pertenecer a la cooperativa?
9. ¿Qué servicios o accesos brinda la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
10. ¿Desde qué momento inicia los servicios de asistencia técnica?
11. ¿Conoce quiénes son los proveedores de insumos?
12. ¿Existe diferencia en la participación entre hombres y mujeres, de los productores de tomate?
13. ¿Cuáles son sus principales mercados o compradores especializados?
14. ¿Cumplen la demanda de sus mercados?
15. ¿Obtienen algún beneficio al hacer tratos con sus compradores? ¿Cuáles?
16. Si, nos dan asesoría en las buenas prácticas de manufacturas, por medio de ello hemos venido orientando que los productores produzcan calidad y cantidad, y lo otro es los precios, estabilidad de precios y un pago seguro.
17. ¿Qué calidad es requerida por sus mercados?
18. ¿Cómo negocian el precio?
19. ¿Qué cantidad semanalmente comercializan con tomate?
20. ¿Cuáles son las principales limitaciones que tienen la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas para crecer, ser más productivo y competitivo?
21. ¿Los requisitos para ser socio de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
22. ¿Cómo pueden financiar sus operaciones?
23. ¿Metas?
24. ¿Cuáles son los objetivos de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?

Anexo 7. Entrevista a socios comerciales

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a gerente de socios comerciales para la caracterización de la cadena de tomate en Intibucá, Honduras.

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Está de acuerdo con realizar la entrevista?
2. ¿Cuál es su nombre?
3. ¿En qué empresa trabaja?
4. ¿Qué puesto ocupa en la casa comercial?
5. ¿Cuál es su relación con la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
6. ¿Son aliados comerciales?
7. ¿Ustedes brindan algún beneficio a la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas por hacer trato con ustedes?
8. ¿Cómo es la dinámica de créditos de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas hacia ustedes?
9. ¿Con los productores de tomate, cuales son los productos que ellos necesitan?
10. ¿Cuáles son las principales limitaciones que ustedes tienen con la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas y sus productores?
11. ¿Los productores que viene a retirar insumos aquí a la casa comercial son únicamente masculinos o también hay una parte femenina?
12. ¿Me puede nombrar esas otras empresas o aliados comerciales?
13. ¿Ustedes trabajan con productores a través de asociaciones y cooperativa o a también a través de productores individuales con línea de crédito?
14. ¿Los productores de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas cumplen con su parte?
15. ¿Ustedes también brindan protección para el tomate?
16. ¿Todos los productores llevan?
17. ¿En qué tiempo el productor se puede llevar los productos con el trato de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
18. ¿Cuál es la inversión de insumos de un productor de tomate?

Anexo 8. Entrevista a empleado de planta

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a empleado operativo de la asociación para la caracterización de la cadena de tomate en Intibucá, Honduras.

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Está de acuerdo con realizar la entrevista?
2. ¿Cuál es su nombre?
3. ¿Cuál es su trabajo en la planta de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
4. ¿Sus actividades?
5. ¿Cuándo vienen camiones del supermercado final, usted se encarga de subir los productos a este?
6. ¿Cuántos compañeros hombre y mujeres tiene trabajando?
7. ¿Qué tan eficiente es el trabajo realizado por parte de las mujeres y por parte de los hombres?
8. ¿Cuáles son las limitaciones que usted identifica acá en la planta?
9. ¿Usted ha trabajado con tomates aquí?
10. ¿Cuáles son las actividades que usted realiza cuando trabaja con tomate?
11. ¿Cuáles son las actividades con el tomate que realizan los hombres y las que realizan las mujeres?
12. ¿Hay alguna tierra acá u otros recursos?
13. ¿Con quién vive?
14. ¿Dónde trabaja ella?
15. ¿En que invierte su dinero, de los recursos que les brinda la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
16. ¿Su papa en que trabaja?
17. ¿Usted tiene otro trabajo?
18. ¿Tiene acceso a crédito o a una forma de emprender su propio negocio?
19. ¿Por parte de?
20. ¿Cómo distribuye sus gastos?
21. ¿Cómo participa su hermana en las tomas de decisiones?
22. ¿Usted apoya en los gastos?
23. ¿Cómo se distribuyen el ingreso dentro de la familia?

Anexo 9. Entrevista a comprador especializado de supermercados

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”

Entrevista a comprador especializado de supermercados para la caracterización de la cadena de tomate en Intibucá, Honduras.

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Qué puesto tiene en la empresa?
2. ¿Qué actividades realizan desde el momento que reciben el producto?
3. ¿Qué beneficios o ventajas percibe la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas al comercializar con el supermercado?
4. ¿La demanda de tomate que tiene el supermercado?
5. ¿Qué demanda le exigen a la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
6. ¿Qué cambio positivo ha visualizado por parte de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, desde que mantienen una relación comercial?
7. ¿Cómo negocian el precio con la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas?
8. ¿Qué porcentaje de hombres y mujeres trabajan en la parte hortícola para el supermercado?

Anexo 10. Entrevista a vendedor local

Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano” Entrevista a vendedor local para la caracterización de la cadena de tomate en Intibucá, Honduras.

Nombre del entrevistado: _____

1. ¿Dónde usted realiza la comercialización de tomate?
2. ¿Los principales productos que usted comercializa?
3. ¿Cómo brillantes?
4. ¿De dónde obtiene los productos para comercializar?
5. ¿Usted les compra a intermediarios o a productores?
6. ¿Cuánto cuesta la libra de tomate ahora?
7. ¿A eso la vende usted?
8. ¿A cuánto usted compra la caja de tomates?
9. ¿Y la vende?
10. ¿La caja de tomates cuantas libras tiene?
11. ¿La mayoría de productores de tomate son hombre o mujeres?
12. ¿Cuánto tiempo lleva usted trabajando aquí?
13. ¿De aquí de los comerciantes de verduras cuantos son hombre?
14. ¿Usted trabaja solo en su local?
15. ¿En su mayoría compra tomate manzana o pera?
16. ¿La caja de tomate de manzana cuánto cuesta?
17. ¿Y la vende?
18. ¿Gana dos lempiras por libra?
19. ¿Qué días abastece su local?
20. ¿La yuca también?
21. ¿Todo este local es suyo?
22. ¿Los viernes, sábado y domingo usted abastece?
23. ¿De tomates cuanto vende semanalmente?
24. ¿De tomate manzana o pera?
25. ¿Cuatro cajas?
26. ¿Las vende todas?
27. ¿Usted les avisa a los camioneros desde el miércoles que quiere para el jueves?
28. ¿Desde a qué hora comienza la compra?
29. ¿Entonces ellos vienen acá y la mejor oferta gana?
30. ¿Qué épocas del año es mejor el precio de tomate?
31. ¿Hasta qué precio llega la libra de tomate?
32. ¿La de tomate manzana?
33. ¿Siete lempiras más?
34. ¿Usted tiene otros negocios aparte del mercado?
35. ¿A qué se dedicaba antes?
36. ¿Su esposa dónde está?
37. ¿Ella le ayuda?
38. ¿Ella trabaja en otra parte?

Anexo 11. Taller participativo

Taller participativo Guion metodológico

Facilitadores: Hugo Leones; Silvia Quiñonez.

Objetivo del taller participativo

Trabajar en conjunto con los socios y socias productores de tomate de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas, para generar información para la caracterización de la cadena de tomate de los productores de la Asociación de Pequeños Agricultores de Hortalizas.

Hora	Actividad	Materiales	Responsable
9:00-9:15	Bienvenida y objetivos del taller		Hugo Leones
9:15-9:25	Dinámica rompehielos		Hugo Leones Silvia Quiñonez
9:25-10:00	Herramienta 1: Graficar la cadena de valor	Papelógrafo Marcadores	Hugo Leones Silvia Quiñonez
10:00-10:20	Receso		Hugo Leones Silvia Quiñonez
10:20-11:45	Herramienta 1: Acceso y control sobre los recursos y beneficios	Papelógrafo Marcadores Preguntas iniciadoras	Hugo Leones Silvia Quiñonez
11:45-12:00	despedida		Hugo Leones

Herramienta 1: Diseño de la cadena, graficar cada actividad que conforman el eslabón productivo, identificar los actores desagregados por género que participan en las actividades.

Paso 1: Preguntas orientadoras sobre los roles de hombres y mujeres.

- ¿Qué actividades diarias son emprendidas por mujeres y hombres en cada nivel o función de la cadena? ¿Cuánto tiempo invierten?
- ¿Qué tipo de actividades son conducidas por niños y niñas?

Herramienta 2: Acceso y control sobre los recursos y beneficios; Se basa en un intercambio de opiniones, utilizando preguntas orientadoras de los temas de interés en un debate, para poder recolectar la información que será presentada en las matrices del anexo 7 (AGRIPROFOCUS, 2014).

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?

Anexo 12. Matrices de la metodología de Marco Analítico

1. Matriz de roles

Taller mujeres				
Actividades	Tiempo (horas)	Número de mujeres	Número de hombres	Total
Preparación de semillero	2	6	6	12
Siembra en semillero	1.5	7	7	14
Preparar el suelo	21	6	10	16
Preparar camas	21	4	14	18
Instalación de riego	7	4	14	18
Protección	7	4	14	18
Trasplante	7	7	10	17
Riego	2	6	5	11
Fertilizar	0.5	6	7	13
Desmalezar	7	9	5	14
Fumigar	1	2	7	9
Estaquillado y tutorado	2	2	7	9
Podas	7	2	4	6
Cosecha	3	8	12	20
Comercializar	4	2	5	7

Taller Hombres				
Actividades	Tiempo (horas)	Número de mujeres	Número de hombres	Total
Preparación de semillero	1	5	13	18
Siembra en semillero	2	9	12	21
Preparar el suelo	7	0	17	17
Preparar camas	7	0	17	17
Instalación de riego	7	0	15	15
Protección	7	0	20	20
Trasplante	7	9	18	27
Riego	1	1	6	7
Fertilizar	1	1	6	7
Desmalezar	7	12	13	25
Fumigar	2	0	7	7
Estaquillado y tutorado	14	0	20	20
Podas	7	2	13	15
Cosecha	3	17	8	25
Comercializar	4	6	7	13
Rastrojos	7	2	10	12

2. Matriz de acceso y control de recursos, y la toma de decisiones

Recurso	¿Cómo se usa?	¿Quién decide sobre su uso?	¿Quién realiza la actividad?	¿Cómo se utiliza el dinero?	¿Quién decide el uso del dinero?
Tierra	Producción agrícola y vivienda	Dueño de la tierra (hombre)	La actividad productiva la realiza tanto el hombre como la mujer	Alimentación educación producción medicinas	El hombre
Herramientas	Producción agrícola	Hombre	El hombre y la mujer en ciertas actividades le ayuda	El dinero es utilizado para la compra de insumos	El hombre
Financiero	Producción agrícola, educación y alimentación	Hombre (receptor del dinero)	El hombre realiza las negociaciones y recibe el dinero por la venta del producto	Alimentación educación producción medicinas	El hombre