

ÍNDICE DE CONFIANZA INTERGRUPAL COMO MEDIDA DE ÉXITO EN LAS AGRUPACIONES RURALES

MVZ EPA Alejandro Zalapa Ríos. 2012. Enviado por el autor.
Paracho, Michoacán, México. Emilio Carranza 268 Centro. CP. 60250.
Alzari_62@hotmail.com ; Tel.: 452 122 93 07.
www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Comunicaciones de la práctica rural](#)

INTRODUCCIÓN

Las empresas y grupos rurales organizados han tenido bajas probabilidades de supervivencia y por tanto de generar riqueza. De las 2 mil Pymes que se forman en el país cada año, 65% se desarticulan antes de cumplir dos años. Se sabe que los factores de la acción colectiva y la creación de redes sociales promueven la sinergia de los integrantes, la confianza y la participación, factores que influyen para que perduren y sean rentables las empresas. (Teja G.R. *et al* 2009)

De acuerdo a Lacky P., Privilegiar las actividades e inversiones en conjunto por sobre las individuales, estimulando la cooperación, la solidaridad y el compromiso por el desarrollo de la comunidad, es una parte fundamental de los Principios estratégicos y metodológicos para que los agricultores protagonicen su desarrollo. (Lacky P. 2011)

En cuanto al modelo “Grupo de Ganaderos para la Validación y Transferencia de Tecnologías” GGAVATT, creado por el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias INIFAP, como modelo de éxito para lograr la adopción de tecnologías en el sector pecuario, describe como los tres actores del componente pecuario, primero y por algo al componente ganadero, como segundo lugar al componente técnico y por último al componente institucional. Y la principal premisa en la formación de los grupos, considera que para el componente ganadero, las afinidades deben ser: productores del mismo Sistema Producto (Bovino carne, Bovino leche, ovino, caprino), **Ser amigos, compadres o parientes**, de preferencia ser de la misma localidad, pero hace especial énfasis en lazos de consanguinidad y afinidad (INIFAP 1997).

Desde finales del siglo XX, los estudios sociales han buscado las causas de la baja competitividad y rentabilidad de las empresas, más aun de la falta de colectividad entre los individuos para consolidar a las empresas, sobre todo en las *zonas rurales*, al igual, se ha detectado que el bajo nivel de confianza, reciprocidad y una débil red de cooperación entre los integrantes de una organización, reduce las posibilidades de crecimiento y éxito empresarial. (Teja G.R. *et al* 2009).

En un estudio realizado en México, CECADER, mostro que de 1252 empresas habilitadas en el 2006, el 39% fueron pecuarias, y de ellas, el 38.5 % a un año, ya se encontraban inactivas, el resto o 61.5 % se encontraban estancadas o decreciendo, similar situación reportaron para las empresas agrícolas, manufactureras, de servicios, de la transformación y agricultura protegida.

Existe pues mayor probabilidad de que las empresas se consoliden cuando existe *parentesco, confianza o afinidad*, entre los miembros que conforman una organización. El análisis realizado por CECADER (2006), detecto que la probabilidad de caer en situación indeseable por el bajo nivel de parentesco de los socios es de 36.8% y la probabilidad de caer de status debido a la poca afinidad de los socios es de 58.1%. (CECADER 2006).

En un estudio realizado en la zona de Texcoco, se estudió a 2 grupos que habían adquirido financiamiento para proyectos productivos; uno de ellos se consolido y el otro se desintegro. Se concluyó que uno de los factores que incidieron en la consolidación del grupo con proyectos productivos, fue el grado de confianza y afinidad que tuvieron los integrantes de la organización. (Teja 2005).

DESARROLLO

1) Capital social.

¿Qué une a una sociedad? ¿Porque una comunidad llega a convertirse en un espacio común, donde las personas se ayudan entre sí, colaboran para alcanzar metas compartidas, se comunican, acompañan, interactúan? ¿Qué es lo que hace que un grupo de personas sea una sociedad y no sólo un aglomerado de individualidades?

Desde finales de la década de los ochenta, el concepto de capital social ha ganado terreno como una manera de entender los mecanismos al interior de una sociedad para construir vínculos entre sus miembros.

En términos de uno de sus principales teóricos, Robert D. Putnam: “el capital social se refiere a las conexiones entre individuos, redes sociales y normas de reciprocidad y confianza que se desprenden de ellas”; el capital

social facilita la vida en común, fortalece la identidad al interior de un grupo, generando solidaridad entre sus miembros, y al mismo tiempo, crea puentes con grupos y personas fuera de nuestro propio círculo, haciendo más sencillo enfrentar problemas compartidos, circular información y fomentar el entendimiento. (Layton 2008).

2) Medición del capital social.

En la actualidad existen importantes sistemas de medición de aspectos que involucran tanto al capital físico o financiero y al capital humano. Al primero corresponden mediciones como el Producto Interno Bruto (PIB) y al segundo mediciones como el nivel de capacidades (OCDE, Naciones unidas), sin embargo, en la cuestión de las relaciones humanas, es bastante más complicado generar indicadores.

¿Cómo medimos el capital social? Como en cualquier fenómeno humano, es difícil cuantificar un aspecto intangible y en gran medida subjetivo sin arriesgarnos a algunas imprecisiones. (Layton, 2008).

Quien en cierta forma marca la pauta es la Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil ENAFI y Latino barómetro los cuales marcan dos referentes principales y que hacen alusión a los dos elementos que conforman el término capital social; por un lado las redes sociales y por otro las normas de reciprocidad y confianza.

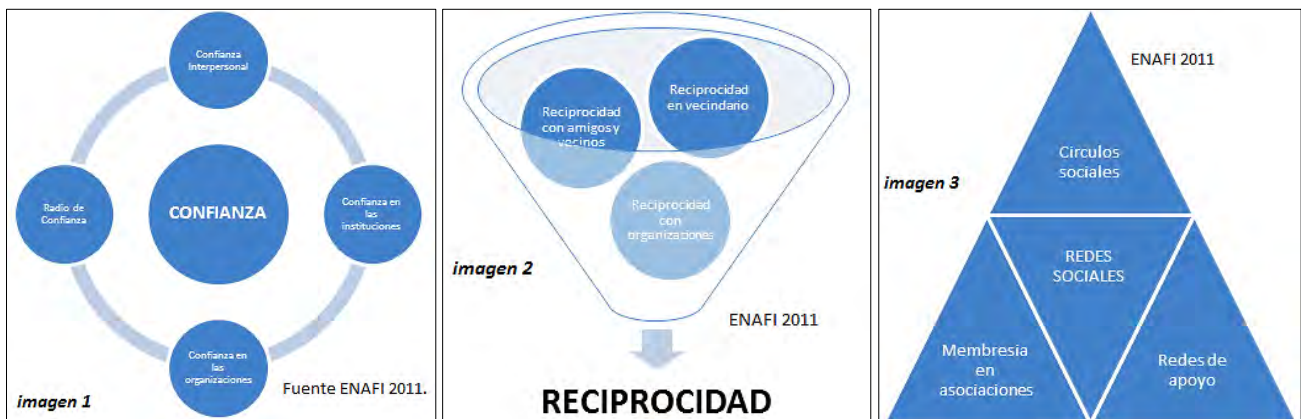
En el caso de las redes sociales, es posible medir a través de la membresía y participación en organizaciones de manera voluntaria, y en el caso de las normas de reciprocidad y confianza a través de las creencias y actitudes de las personas hacia los demás.

Como se puede ver en las imágenes 1, 2 y 3 las variables a medir son confianza, reciprocidad y redes sociales y estas se conforman con los siguientes indicadores.

Confianza conformada por Confianza interpersonal, Radio de confianza, confianza en las instituciones y confianza en las organizaciones.

Reciprocidad, medida por la reciprocidad con amigos y vecinos, en el vecindario y con organizaciones.

Y por último las redes sociales, medidas a través de la participación en los círculos sociales, la membresía en asociaciones y las redes de apoyo. (Latino barómetro 2011).



3.- Referencias

En este apartado, me refiero a un indicador que por su naturaleza es muy poco conocido, los estudios referentes al mismo, generalmente son aislados, y es necesario hablar de ellos, porque representan el marco de referencia para determinar si nuestros resultados son buenos, malos, o en qué nivel se encuentran.

Uno de los referentes lo cita De la cruz J.A. *et ál*, Quien al referirse a un estudio del sistema agroalimentario localizado (SIAL) de productores de queso en la región de los Ríos Tabasco, cita que al analizar un estudio de comportamiento, con el programa UCINET 6.125:

- ◆ El 46.67 se encontraba en la red social de reconocimiento.
- ◆ En la red social de conocimiento se encuentra una densidad de 41.67%
- ◆ En la red social de colaboración la densidad es de 14.67%
- ◆ En la red social de cooperación la densidad es tan baja como de 3.21%.
- ◆ En cuanto a la red de conectividad se encontró un 75%. (De la cruz J.A. *et ál* 2009)

En otro trabajo realizado por Teja G.R. *et ál*, referente al análisis de comportamiento de los productores de limón persa en Tlapacoyán Veracruz, y con el programa UCINET 6.85 se encuentra que:

- ◆ En la red de confianza la densidad es tan baja como 6.48%. (Teja G.R. *et al* 2009).

El referente más importante lo encontramos en el informe 2011, de la corporación Latino barómetro la cual cita que al 2011, la confianza interpersonal alcanzo en América Latina (AL) un valor de 22% y en México 23% (www.latinbarómetro.org), sin embargo al 2008, la confianza interpersonal era de solo 15% en México y en AL de 20 y 22% respectivamente a los años 2007 y 2008 (Layton 2008 citando referencia de latino barómetro).

4. Metodología.

En el presente trabajo, el objetivo, fue medir la confianza en las relaciones interpersonales, pero como el indicador tendría que medirse al interior del grupo fue este denominado como Indicador de Confianza Intergrupala o ICIG.

Se convocó a los productores del GGAVATT “Karichi Urapiti” de la localidad de San Felipe de los Herreros, Municipio de Charapan, los cuales se presentan en la tabla de la encuesta aplicada, en ella se observa que a la reunión asistieron solo 18 productores, los cuales se encuentran señalados con *.

Durante la reunión se procedió a aplicar el siguiente cuestionario:

Encuesta realizada al interior del “GGAVATT Karichi Urapiti”, de la comunidad de San Felipe de los Herreros municipio de Charapan, Michoacán, con el objetivo de medir el ICIG o Indicador de Confianza Intergrupala, y valorar el grado de cohesión entre los integrantes.

Nombre _____

Fecha _____ localidad. _____ municipio. _____ Estado. _____

Lea cuidadosamente las siguientes instrucciones y escuche con atención la explicación del coordinador.

Pregunta única, Marque con una X al productor que para usted represente (puede ser más de uno, incluso todos si así fuera el caso):

Alguien en quien usted puede confiar para dirigir el grupo, llevar el control de las reuniones, manejar el dinero de las cooperaciones, ser gestor de proyectos del grupo, dirigir las compras de insumos, las ventas de producto, ser amigo y en general como decimos en el campo: Alguien que sea de su entera confianza.

- ◆ Debe ser un productor que esté presente y no debe marcar su propio nombre.

Integrantes del GGAVATT “Karichi Urapiti” San Felipe Charapan 2011.			
1	Isaías Huaroco Campos *	12	Gilberto Hernández madrigal. *
2	Jorge A Alonso Gómez	13	Juan Gómez Gutiérrez *
3	Santiago Vargas Montelongo *	14	Pedro Hernández Samudio *
4	Carlos Arévalo Gonzales *	15	Andrés Sosa Vargas
5	Jaime Antonio Vargas *	16	Agustín Vargas Vargas. *
6	José Fuentes R *	17	Jaime Vargas Zacarías *
7	Santiago Alonso Campos *	18	Juan Gutiérrez Alonso.
8	Jesús Hernández G *	19	José Mijaíl Arévalo Hernández *
9	Felipe Tiripiti H *	20	Elías Arévalo Vargas
10	Cristóbal Arévalo Vargas *	21	Tomas Arévalo Farías *
11	Raúl Hernández Mariscal * (Presidente)	22	Gilberto Alonso Gutiérrez. * (Secretario)

RESULTADOS

Los resultados obtenidos fueron sometidos a un procedimiento matemático, que permite de una manera abstracta, considerar el grado de confianza entre el grupo y el capital social con que se cuenta inter organización.

El concepto central es pensar que si cada uno de los 18 productores confiara en los otros 17 el número de marcas encontradas sería de 18 productores por 17 marcas cada uno, matemáticamente sería igual a aplicar la fórmula de combinaciones a un solo evento:

ICIG = $n(n-1)$, donde:

ICIG = índice de Confianza Inter Grupala.

n = número de integrantes.

Así pues:

ICIG = $18(18-1) = 18(17) = 306$. Por lo tanto $306 = 100\%$ de Confianza Inter Grupala.

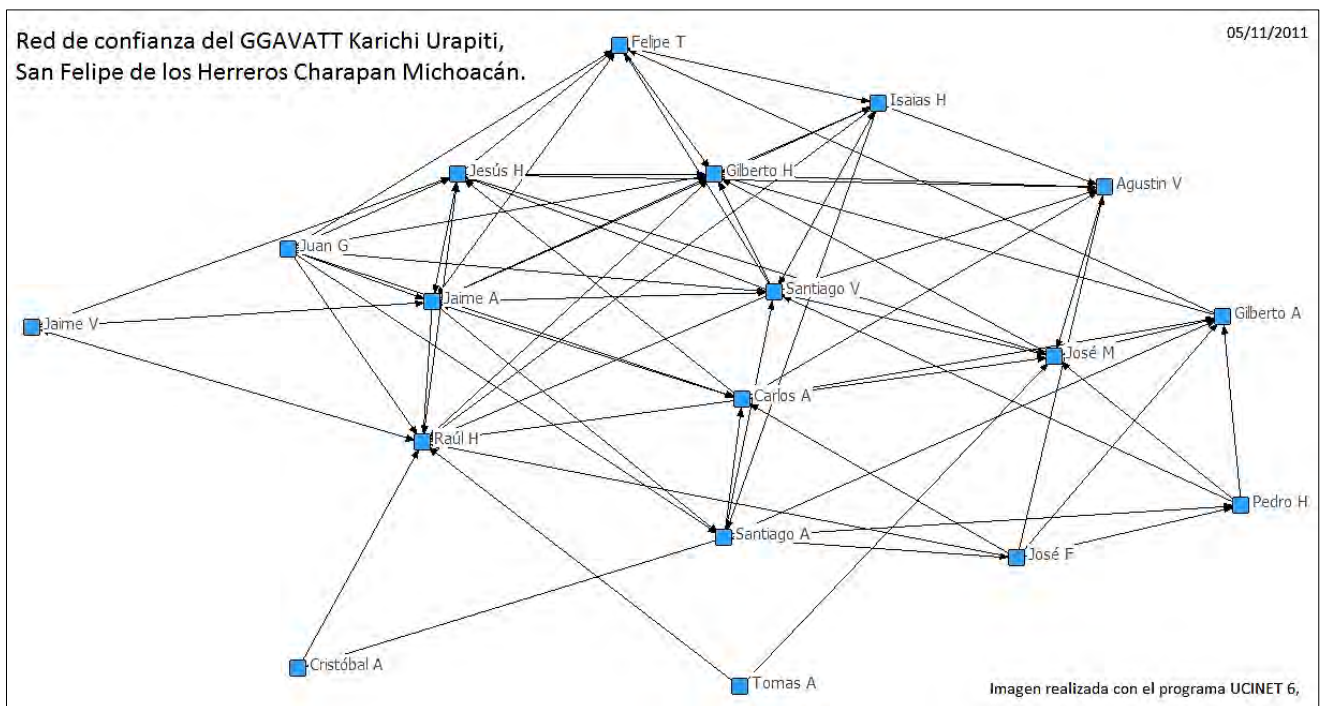
5.- Resultados.

Los resultados de la encuesta se dieron como se indica en la tabla 1.

Matriz de correlación de confianza intergrupal, realizada en Excel y transportada a UCINET. (tabla 1).

	Isafas H	Santiago V	Carlos A	Jaime A	José F	Santiago A	Jesús H	Felipe T	Cristóbal A	Raúl H	Gilberto H	Juan G	Pedro H	Agustín V	Jaime V	José M	Tomas A	Gilberto A	Absoluto	relativo
Isafas H	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	5	6.49
Santiago V	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	7	9.09
Carlos A	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	6	7.79
Jaime A	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	9	11.69
José F	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	6	7.79
Santiago A	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	6	7.79
Jesús H	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	7	9.09
Felipe T	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	3.90
Cristóbal A	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.30
Raúl H	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	3	3.90
Gilberto H	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.30
Juan G	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	8	10.39
Pedro H	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	3	3.90
Agustín V	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2	2.60
Jaime V	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3.90
José M	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	2.60
Tomas A	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	2.60
Gilberto A	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	3	3.90
Absoluto	3	6	4	5	1	4	6	5	1	11	10	0	2	5	3	7	0	4	77	100
Relativo	3.90	7.79	5.19	6.49	1.30	5.19	7.79	6.49	1.30	14.29	12.99	0.00	2.60	6.49	3.90	9.09	0.00	5.19	100	

En este grupo, se observa una aprobación total de 77 marcas, o sea entre los integrantes se emitieron 77 votos de confianza que recayeron en diferentes miembros, siendo Raúl el más beneficiado. Ver red de confianza.



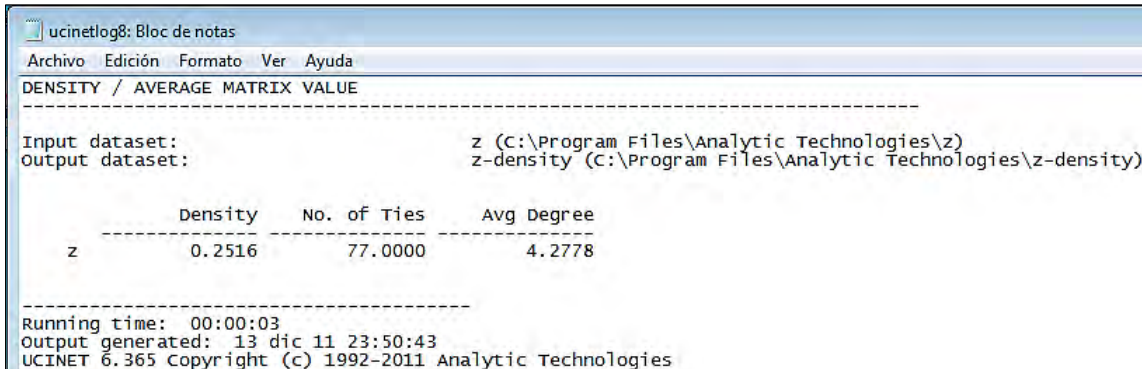
De los 77 votos obtenidos se procede a aplicar la fórmula que considera que para obtener un 100% de Confianza intergrupala se deberían obtener 306 votos, así pues si:

306 votos son el 100%, que porcentaje representarían 77 votos.

$$306 - 100 / 77 X.$$

$$77 * 100 / 306 = 25.16\%.$$

$$ICIG = 25.16\%$$



Esquema de UCINET mostrando la densidad de la red 0.2516

Se midió también el nivel de confianza que los productores tienen en otros compañeros, los productores más *confiados* resultaron ser Jaime A. y Juan G., ver tabla 2 y Grafico 1.

1	2	3	4	5	6	7	8										
Jaime A	Juan G	Santiago V	Jesús H	Carlos A	José F	Santiago A	Isaias H	Felipe T	Raúl H	Pedro H	Jaime V	Gilberto A	Agustin V	José M	Tomas A	Cristóbal A	Gilberto H
11.6883	10.3896	9.09091	9.09091	7.79221	7.79221	7.79221	6.49351	3.8961	3.8961	3.8961	3.8961	3.8961	2.5974	2.5974	2.5974026	1.298701	1.2987

Tabla 2

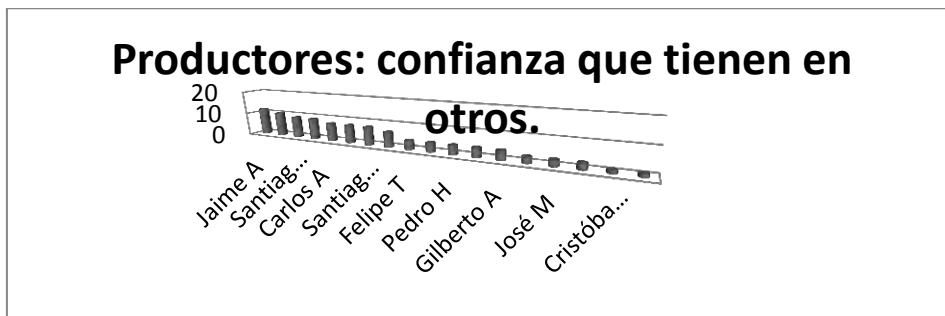


Grafico 1.

En cuanto a la confiabilidad de los integrantes, vista a través de sus compañeros, fue Raúl el más *confiable*, seguido por Gilberto. Ver tabla 3 y grafico 2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
Raúl H	Gilberto H	José M	Santiago V	Jesús H	Jaime A	Felipe T	Agustin V	Carlos A	Santiago A	Gilberto A	Isaias H	Jaime V	Pedro H	José F	Cristóbal A	Juan G	Tomas A
14.2857	12.987	9.09091	7.79221	7.79221	6.49351	6.49351	6.49351	5.19481	5.19481	5.19481	3.8961	3.8961	2.5974	1.2987	1.2987013	0	0

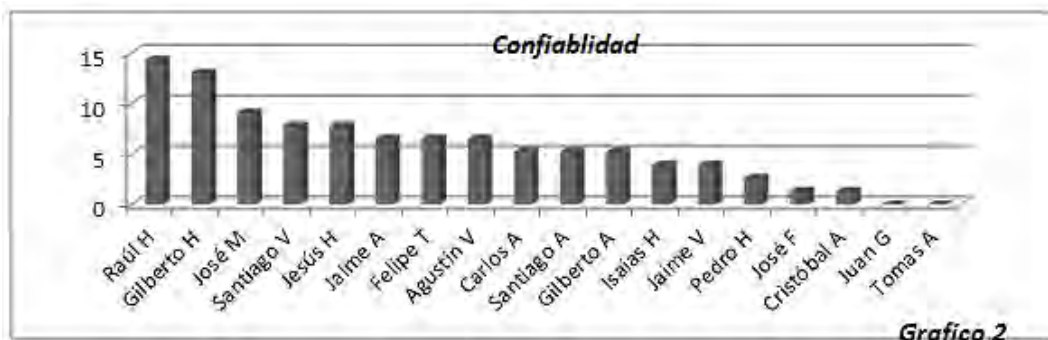
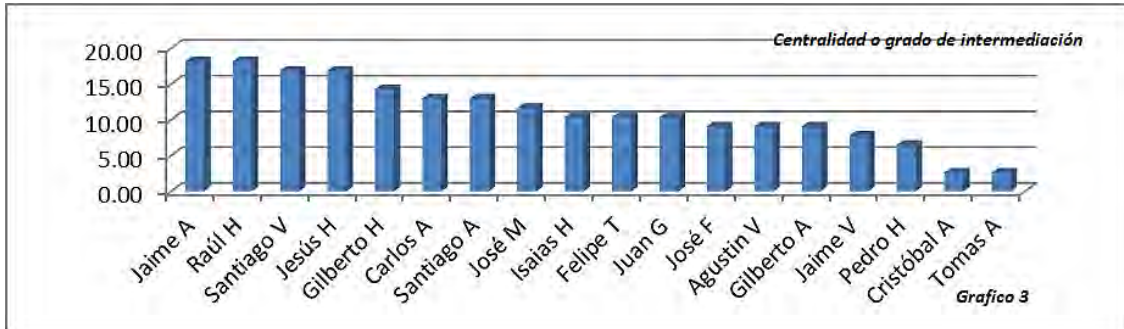


Grafico 2

Al medir la centralidad del actor o grado de intermediación, que es la suma de confianza emitida por otros hacia el productor y la confianza dada por el a otros, y que indica el poder verdadero del productor de influir en la red o agrupación, resulta como factores o nodos primarios Jaime A y Raúl H. ver tabla 4 y grafico 3.

Tabla 4.

Centralidad o grado de intermediación del Productor																			
1		2		3	4		5	6			7			8	9	10			
Jaime A	Raúl H	Santiago V	Jesús H	Gilberto H	Carlos A	Santiago A	José M	Isaias H	Felipe T	Juan G	José F	Agustin V	Gilberto A	Jaime V	Pedro H	Cristóbal A	Tomas A		
18.18	18.18	16.88	16.88	14.29	12.99	12.99	11.69	10.39	10.39	10.39	9.09	9.09	9.09	7.79	6.49	2.60	2.60		



```

ucinetlog18: Bloc de notas
Archivo Edición Formato Ver Ayuda
-----
FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES
-----
Diagonal valid? NO
Model: ASYMMETRIC
Input dataset: z (C:\Program Files\Analytic Technologies\z)

      1      2      3      4
      OutDegree InDegree NrmOutDeg NrmInDeg
-----
4 Jaime A 9.000 5.000 52.941 29.412
12 Juan G 8.000 0.000 47.059 0.000
7 Jesús H 7.000 6.000 41.176 35.294
2 Santiago V 7.000 6.000 41.176 35.294
5 José F 6.000 1.000 35.294 5.882
6 Santiago A 6.000 4.000 35.294 23.529
3 Carlos A 6.000 4.000 35.294 23.529
1 Isaias H 5.000 3.000 29.412 17.647
18 Gilberto A 3.000 4.000 17.647 23.529
10 Raúl H 3.000 11.000 17.647 64.706
15 Jaime V 3.000 3.000 17.647 17.647
8 Felipe T 3.000 5.000 17.647 29.412
13 Pedro H 3.000 2.000 17.647 11.765
14 Agustín V 2.000 5.000 11.765 29.412
17 Tomas A 2.000 0.000 11.765 0.000
16 José M 2.000 7.000 11.765 41.176
11 Gilberto H 1.000 10.000 5.882 58.824
9 Cristóbal A 1.000 1.000 5.882 5.882

DESCRIPTIVE STATISTICS
      1      2      3      4
      OutDegree InDegree NrmOutDeg NrmInDeg
-----
1 Mean 4.278 4.278 25.163 25.163
2 Std Dev 2.422 2.978 14.249 17.516
3 Sum 77.000 77.000 452.941 452.941
4 Variance 5.867 8.867 203.020 306.826
5 SSQ 435.000 489.000 15051.903 16920.414
6 MCSSQ 105.611 159.611 3654.364 5522.875
7 Euc Norm 20.857 22.113 122.686 130.078
8 Minimum 1.000 0.000 5.882 0.000
9 Maximum 9.000 11.000 52.941 64.706
10 N of obs 18.000 18.000 18.000 18.000

Network Centralization (Outdegree) = 29.412%
Network Centralization (Indegree) = 41.869%
    
```

Es importante, hacer notar que este programa entre otras cosas te realiza clusters de productores, lo que te ayuda a detectar grupos interiores, observar siguiente imagen, en ella, se observan 2 grupos principales.

clusters:

1: Isaias H Santiago V Carlos A Jaime A Jesús H Felipe T Raúl H Gilberto H Juan G Agustín V Jaime V José M
 2: José F Santiago A Cristóbal A Pedro H Tomás A Gilberto A

		1	2	3	4	14	15	7	8	11	10	12	16	9	13	6	5	17	18
		Isaía	Santi	Carlo	Jaime	Agust	Jaime	Jesús	Felip	Gilbe	Raúl	Juan	José	Crist	Pedro	Santi	José	Tomás	Gilbe
1	Isaias H	1.000	1.000			1.000				1.000	1.000					1.000			
2	Santiago V	1.000	1.000			1.000		1.000	1.000	1.000	1.000								
3	Carlos A			1.000	1.000	1.000		1.000	1.000	1.000	1.000		1.000						1.000
4	Jaime A	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000					1.000			
14	Agustín V					1.000				1.000			1.000						
15	Jaime V				1.000	1.000	1.000	1.000		1.000			1.000						
7	Jesús H				1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		1.000						
8	Felipe T	1.000			1.000				1.000	1.000									
11	Gilberto H									1.000	1.000								
10	Raúl H						1.000	1.000		1.000	1.000								
12	Juan G		1.000	1.000	1.000			1.000	1.000	1.000	1.000	1.000				1.000			
16	José M		1.000							1.000			1.000						
9	Cristóbal A										1.000			1.000					
13	Pedro H		1.000									1.000		1.000					1.000
6	Santiago A		1.000	1.000										1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
5	José F			1.000		1.000					1.000			1.000	1.000	1.000	1.000		1.000
17	Tomás A									1.000	1.000							1.000	
18	Gilberto A								1.000	1.000									1.000

CONCLUSIONES

Que este tema de las redes de valor es algo completamente nuevo, y que sin embargo, es apasionante y convincente, creo personalmente y hasta discuto, que lo cualitativo, y lo subjetivo, si se tiene cuidado, se puede volver cuantitativo, este es un caso, ¿Cómo algo tan subjetivo se puede cuantificar?, y en realidad existen hasta referencias.

De los estudios se desprende que el ICIG obtenido, es de tan solo 25.16%, cuando en AL, es de 22% y 23% para México, pero a sociedad abierta. Tan solo 2 puntos porcentuales por arriba de referencias bajas, alcanzando en países europeos y a cifras de sociedad abierta hasta el 70%. Y la explicación que encuentro es que era originalmente un grupo de bovinocultores, pero de acuerdo a un ajuste de GGAVATT's, donde se especificaba que por zonificación, la meseta purépecha, solo podría ser apoyada con grupos de ovinocultores, se tuvo que reconfigurar un grupo original, de 18 productores solo se quedaron 10 que tenían ambas especies en explotación, pero que eran principalmente bovinocultores y se integraron 12 fuertes ovinocultores, y las disputas por tierras comunales, además de las generadas por la especie producto, conformaron un grupo dividido en 2.

Que en un análisis referente a agrupaciones rurales, el grupo no se encuentra tan en malas condiciones, pues en México, se reportan cifras de 3.21% y 6.48%.

En cuanto a la conectividad, como se observa en la imagen de red de confianza, la conectividad del grupo es de 100%, pues no se encuentra un solo productor desconectado, ya sea por confianza o por confiado. Y que el referente que se da es de una conectividad de 75%, y aun si no se tuviera referente, baste saber que la conectividad es de 100%.

Que el presente estudio arroja datos de quien es el productor más confiable, y que se vuelve una estrategia de detección de líderes de manera inmediata, llegas aplicas un cuestionario, procesas la información y para la segunda visita ya sabes quienes son los más confiables y al igual quienes son los más confiados.

Que este tipo de trabajo, te indica quienes son los productores con mayor centralidad o intermediación, puesto que es tan importante la confianza en ti, como la capacidad que tengas de confiar en otros.

Que no podía faltar la revisión de una correlación entre confiabilidad y confianza, y que esta, teniendo como eje rector a la confiabilidad, o sea la confianza de otros en un productor, determina que es negativa -0.23, lo que indica que mientras más confiable es un productor a los ojos de otros, él se vuelve más desconfiado.

Que a través de esta herramienta se pueden observar grupos interiores o clusters, los cuales determinan entre quienes existe mayor afinidad y representa una herramienta de apoyo para fortalecer las debilidades.

Que el presente estudio, creo en lo personal tiene un gran poder para la conformación o manejo de grupos, si es bien usado.

Y por último que el presente estudio aplicado en grupos, permite realizar un Diagnóstico de confianza, liderazgo, centralidad, grupos interiores y grados de conectividad entre los integrantes.

BIBLIOGRAFÍA

CECADER. Reporte de investigación. UACH, 2006.
 De la Cruz J.A., Villegas de G. A., Muñoz R. M., 2009 "El queso de Poro de los Ríos, Tabasco: una aproximación a la metodología para su estudio". En Ganadería y seguridad alimentaria en tiempo de crisis" Universidad Autónoma de Chapin-go, pp. 129-141).
 INIFAP. (1997) Taller de capacitación a agentes de cambio en el modelo GGAVATT. México.
 Lacki P. 2011 Principios estratégicos y metodológicos para que los agricultores protagonicen su desarrollo, en Desarrollo agropecuario: de la dependencia al protagonismo del agricultor. <http://www.polanlacki.com.br/agroesp/indice.html>; cap. 9.

- Layton M. D., Ablanado T.I. Moreno A., 2008, Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI): Capital Social en México. CEPI WORKING PAPER No. 17. ITAM.
- Manrubbio M.R., Rendón M.R. Aguilar A.J., García M.J.G., Altamirano C.J.R. 2004. "Redes de Innovación" un acercamiento a su identificación, análisis y gestión. Fundación PRODUCE Michoacán, UACH.
- Teja G. R., (2005). Análisis con enfoque de género y administración de la organización de productoras agropecuarias de Coatlínchan Estado de México, tesis de maestría. Colegio de Postgraduados, México.
- Teja G.R., Almaguer V. G., Rodríguez M. M. y Santa Cruz de León E.E., 2009 "Análisis del comportamiento de los productores de limón "persa" (citrus latifolia) en el escenario de la acción colectiva" en Textual análisis del medio rural latinoamericano. Universidad Autónoma de Chapingo, vol. 52 pp. 97-118.)
- Velázquez A.O.A., Aguilar G.N., (2005). Manual introductorio al análisis de redes sociales, ejemplos practicos con UCINET 6.85 y NETDRAW 1.48. *revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/Manual*
www.latinbarómetro.org consultado noviembre del 2011.
www.analytictech.com/ucinet

Volver a: [Comunicaciones de la práctica rural](#)