

## **Tarea 3**

# **Integración de la Economía Tradicional con la Economía de Mercado**

## Tabla de Contenido

<i>Lista de Tablas y Mapas</i> .....	iii
<b>1 Introducción del Estudio</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Metodología y Datos de la Encuesta</b> .....	<b>2</b>
<b>3 Muestreo de uso del dinero-Características Socio-económicas por Subcuenca</b> .....	<b>6</b>
3.1 <i>Situación Laboral</i> .....	6
3.2 <i>Resultados Educativos</i> .....	6
3.3 <i>Propiedad de la Tierra</i> .....	7
3.4 <i>Acceso al Crédito</i> .....	8
3.5 <i>Ahorro</i> .....	9
3.6 <i>Ingreso por Zonas</i> .....	9
3.7 <i>Mercados Locales y su Distancia a Areas Metropolitanas</i> .....	11
3.8 <i>Mercados – Síntesis Talleres Participativos</i> .....	13
<b>4 Análisis de los Mecanismos de Producción y Distribución No Monetaria</b> .....	<b>13</b>
4.1 <i>Resultados de la Educación por Participación en el Mercado</i> .....	15
4.2 <i>Ahorro y Acceso al Crédito por Participación en el Mercado</i> .....	16
4.3 <i>Desnutrición por Participación en el Mercado</i> .....	17
<b>5 Análisis del Uso del Dinero-Trueque</b> .....	<b>17</b>
5.1 <i>Análisis de la Encuesta</i> .....	17
5.2 <i>Síntesis del uso del dinero y Trueque –Talleres Participativos</i> .....	23
<b>6 El Proceso de Monetización y su Impacto en la Economía Tradicional, la Sociedad, la Cultura y el Medio Ambiente</b> .....	<b>24</b>
6.1 <i>Movilidad de los Hogares</i> .....	24
6.2 <i>Acceso a Agua Potable</i> .....	25
6.3 <i>Participación en Organizaciones Informales</i> .....	25
<b>7 Factores determinantes de la participación en el mercado.</b> .....	<b>26</b>
<b>8 Conclusión</b> .....	<b>33</b>

<b>Apéndice 1: Software Estadístico Utilizado para el Análisis .....</b>	<b>34</b>
<b>Apéndice 2: Resumen de las Variables Estadísticas incluidas en la ecuación de Participación en el Mercado Laboral.....</b>	<b>35</b>
<b>Apéndice 3: Matriz de Correlación de Variables de Regresión .....</b>	<b>36</b>

### Lista de Tablas y Mapas

<b>Tabla 3-1: Distribución de la Muestra por Sub-Cuencas y Comunidades.....</b>	<b>4</b>
<b>Mapa 3-1: Región Occidental de la Cuenca del Canal de Panamá .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabla 3-2: Situación Laboral de la Cabeza de Hogar .....</b>	<b>6</b>
<b>Tabla 3-3: Nivel de Educación del Jefe de Familia por Zona .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabla 3-4: Máximo Nivel de Educación Alcanzado por Uno de los Miembros del Hogar ....</b>	<b>7</b>
<b>Tabla 3-5: Propiedad de la Tierra por Zonas .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla 3-6: Porcentaje de Hogares con Acceso a Crédito por Zonas .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla 3-7: Porcentaje de Familias con Ahorros por Zona .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabla 3-8 Porcentaje de Hogares con Ingresos Fijos por Zonas .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabla 3-9: Ingreso en Efectivo Familiar por Zona .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabla 3-10 Ingreso de Efectivo del Hogar por Zona .....</b>	<b>11</b>
<b>Tabla 3- 11: Distancias Promedio de las Comunidades a Panamá, Penonomé y Colón, por Zonas .....</b>	<b>12</b>
<b>Tabla 3- 12 Presencia de Mercados Locales en las Comunidades.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabla 3-13: Participación en la Economía de Mercado por Zona .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 3-14: Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado por Zona .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 3-15: Educación del Jefe de Familia y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado .....</b>	<b>15</b>
<b>Tabla 3-16: Ahorro por Naturaleza de Participación en la Economía de Mercado .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 3-17: Hogares con Crédito y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 3-18: Desnutrición y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado ...</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 3-19: Principales Fuentes de Consumo por Zonas .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 3-10: Fuente de Consumo Secundaria para Hogares que Confían Principalmente en el Mercado .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 3-21: Principales Fuentes de Consumo por Naturaleza de Participación en el Mercado .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 3-22: Principales Fuentes de Consumo de Leche .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 3-23: Principales Fuentes de Consumo de Carne .....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 3-24: Principales Fuentes de Consumo de Granos.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 3-25: Principales Fuentes de Consumo de Verduras .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 3-26: Principales Fuentes de Consumo de Frutas .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 3-27: Principales Fuentes de Consumo de Café .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 3-28: Principales Fuentes de Consumo de Pasta y Pan.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 3-29: Principales Fuentes de Consumo de Azúcar.....</b>	<b>22</b>

---

<b>Tabla 3-30: Principales Fuentes de Consumo de Aceite.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 3-31: Principales Fuentes de Consumo de Otros Productos .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 3-32 ¿La Cabeza de Hogar tiene Planes de Moverse fuera de la Comunidad? .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 3-33 Familia en otras Comunidades de la Cuenca .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 3-34 Porcentaje de Hogares con Agua Potable.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 3-35 Porcentaje de Hogares que Participan en el Intercambio de Trabajo .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 3-36 Participación en Organizaciones Comunitarias Locales .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 3-37 Resumen de Variables Estadísticas a través de Participantes y No-Participantes en el Mercado Laboral.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 3-38 Determinantes de Participación en el Mercado laboral. ....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 3-39: Muestra Probabilística.....</b>	<b>32</b>

## 1 Introducción del Estudio

El presente estudio tiene el propósito de establecer una línea de referencia para comprender las redes sociales existentes que garantizan la sostenibilidad cultural y económica de las personas de la región occidental de la Cuenca del Canal de Panamá que se verán afectadas por este proyecto. En particular, el objetivo del estudio es identificar las estrategias adoptadas por las comunidades para su seguridad nutricional y económica e identificar sus economías de escala con respecto al mercado. Para poder establecer esta línea de referencia, Abt Associates llevó a cabo una encuesta a nivel de los hogares del área y recabó información sobre fuentes de ingreso, destino del dinero para consumo y patrones de ahorro y de crédito de los hogares. Asimismo se recabó información sobre mecanismos no monetarios para la obtención de alimentos, opciones laborales y su integración en la economía de mercado.

En primer término el análisis presenta la descripción de las características socio-económicas del área de muestreo de las seis zonas donde se llevó a cabo la encuesta. Se presentan tabulaciones transversales a través de las seis zonas sobre la situación laboral del jefe de familia, resultados culturales y nutricionales del hogar y otras variables socio-económicas para caracterizar toda diferencia que pudiera existir a través de las comunidades de las seis zonas. Ello contribuirá a identificar sub-cuencas donde los hogares son más o menos vulnerables.

Asimismo, el informe presenta la naturaleza y el grado de participación en la economía de producción de los hogares de estas comunidades. Para llevar a cabo este análisis, los hogares se clasifican con base en la naturaleza de su participación en el mercado laboral, ya sea según términos de salario fijo, actividades agrícolas u otras actividades que generan ingresos. En este capítulo, se presentan Tablas que analizan la relación entre esta opción de participar en la economía de producción y los resultados socio-económicos. Estas Tablas permiten identificar las características socio-económicas que determinan la naturaleza de la participación del hogar en el mercado laboral. Sin embargo, las tabulaciones no tienen en cuenta la manera en que los factores diferentes actúan recíprocamente entre sí determinando los resultados. Por consiguiente, un análisis de regresión también se realiza para identificar claramente las características de hogares y comunidades que afectan la decisión de un hogar sobre su participación en la economía de mercado.

Un objetivo importante de este informe es examinar la naturaleza y el uso del dinero para fines de consumo y el grado en el cual los hogares recurren a mecanismos no monetarios para satisfacer sus necesidades de alimentación. Para responder a esta interrogante, se incluyen tablas que miden la importancia del mercado, la producción propia y otras fuentes de producción no monetarias para la obtención de diez artículos principales de alimentación.

En los capítulos siguientes, se presentan los resultados de este análisis. El capítulo 3 presenta en forma sucinta la metodología de la encuesta y una descripción de los módulos de la encuesta, y en el capítulo 4 sigue una descripción de la muestra de la encuesta. En el capítulo 5 se presentan las características socio-económicas de las sub-cuencas seguidas por un análisis de los mecanismos de producción en el capítulo 6. Finalmente, en el capítulo 7 se presenta un análisis del uso del dinero. Todavía falta terminar los capítulos 8 y 9. En la sección 6, el análisis de uso

del dinero se presenta, y en la sección 7 se presenta la relación entre el proceso de monetización y las características socio-culturales. En la sección 8 se presentan los resultados del análisis de regresión seguido por la sección 9 que presenta las conclusiones del informe.

## **2 Metodología y Datos de la Encuesta**

Se llevó a cabo una encuesta con la finalidad de comprender las características culturales y socio-económicas de la región y la forma de determinación del grado de integración de los hogares en la economía monetaria. Tal como se mencionó anteriormente el objetivo del estudio es:

- a) Investigar en qué medida están vinculadas las comunidades a la economía monetaria y comprender la naturaleza y el grado de su vínculo con la economía tradicional.
- b) Comprender la formas y el uso del dinero para producción y consumo.
- c) Analizar el proceso de monetización y su impacto en la economía tradicional, sociedad, cultura y medio ambiente.

Se realizó una encuesta para analizar los temas que se mencionan anteriormente. El primer componente de la encuesta comienza con una descripción del perfil socio-económico del hogar. Para desarrollar el perfil básico, se formularon una serie de preguntas sobre las fuentes de ingreso de cada integrante de la familia. El segundo componente de la encuesta estuvo integrado por preguntas sobre el uso del dinero. Se tabularon gastos típicos mensuales para diez categorías de alimentos para obtener una caracterización global del uso del dinero. Las categorías de los alimentos fueron iguales a las utilizadas en la encuesta sobre Nivel de Vida realizada en 1997 por la Dirección de Política Social del Ministerio de Economía y Finanzas.

Para comprender la seguridad nutricional actual del hogar, se formularon una serie de preguntas sobre las diez categorías básicas de alimentos (tomadas de la Encuesta sobre Nivel de Vida). Estas fuentes incluyen economía de mercado (comprado), subsistencia (producido), intercambio, reciprocidad o recibido de otra persona. Asimismo se preguntó si algún miembro de la familia sufría de desnutrición para establecer si alguno de los hogares era vulnerable desde el punto de vista nutricional. Para determinar aun más la sostenibilidad de la estrategia económica de los hogares, se solicitó a los hogares comparar el bienestar actual con el de los 10 y 5 años anteriores.

Cuatro grupos de preguntas examinan directamente otras variables económicas (ahorro, bienes duraderos, crédito e intercambio laboral) que reflejan el grado de participación del hogar en la economía de mercado. Estas variables brindan un indicador de la distancia que debe recorrer un miembro de la familia para percibir ventajas de la economía de mercado. Los hogares que ya tienen ahorros, bienes duraderos, y/o crédito estarán en mejores condiciones para utilizar el mercado como estrategia económica en el futuro. Por otra parte, la respuesta a estas preguntas brinda el nivel de 'seguridad de la red' del hogar que suministra un colchón en caso de surgimiento de una situación económica adversa en el futuro a través del uso de los ahorros.

### *Distribución de la Muestra*

La muestra de la encuesta fue tomada de las comunidades de las cuatro cuencas de la región occidental de la Cuenca del Canal de Panamá identificada por las Autoridades de la Cuenca del Canal de Panamá. El muestreo fue realizado utilizando un procedimiento de muestreo aleatorio estratificado en dos etapas en el que los estratos eran las sub-cuencas. En la primera etapa la muestra de casas de cada comunidad fue determinada para cada estrato y en la segunda etapa, la muestra de hogares fue seleccionada con base en una muestra sistemática dividiéndolos en áreas rurales y urbanas.

Las cuatro cuencas incluidas en la encuesta son:

- Río Coclé del Norte
- Río Toabré
- Cuenca del Río Miguel de la Borda y Sub-cuenca del Río Caño Sucio
- Cuenca del Río Indio.

Estas cuatro cuencas incluyen 17 sub-cuencas con 116 comunidades con una población de 3.634 hogares. Las cuatro cuencas fueron subdivididas en sub-cuencas, resultando en total de seis sub-cuencas en la encuesta:

- Zona 1: Alto y Medio Río Toabre, Subcuenca del Río Toabré, Cuenca del Río Toabré.
- Zona 2: Alto y Medio Río Indio, Subcuenca del Teriá. Cuenca del Río Indio
- Zona 3: Medio y Bajo Río Indio, Desembocadura Río Indio, Subcuenca del Río Uracillo, Cuenca del Río Indio.
- Zona 4: Subcuenca del Río Caño Sucio y Cuenca del Río Miguel de la Borda, Microcuenca de los Ríos Riecito, Cerro Miguel y Quebrada la Guinea de Loma Alta.
- Zona 5: Bajo Ríos Coclé del Norte y Toabre. Cuencas de los Ríos Toabré del Norte y Río Coclé.
- Zona 6: Alto y Medio Río Coclé del Norte. Microcuencas de los Ríos Cascajal, San Juan y Turbe y Platanal.

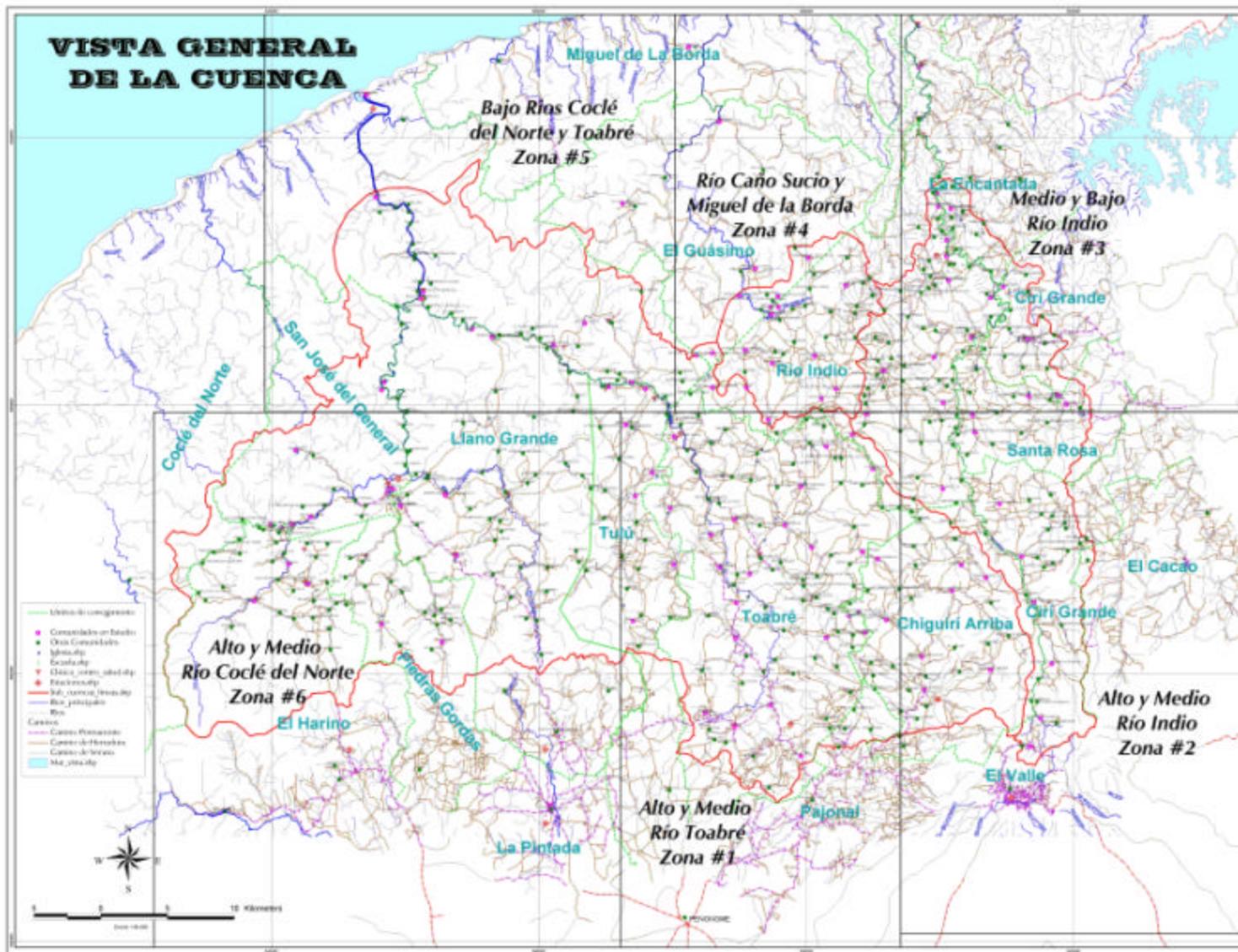
La distribución de los hogares en las 6 sub-cuencas tomadas como muestra figuran en la Tabla 3-1 siguiente. La muestra incluyó 11 comunidades y 351 hogares, la mayoría en la Zona 1.

**Tabla 3-1: Distribución de la Muestra por Sub-Cuencas y Comunidades**

ZONA	AREA	Número de Hogares	Hogares Encuestados
1	Microcuenca de Cuiria, Tulú, Lubre	172	15
	Subcuenca del Río Toabré	1018	98
	Microcuenca del Río U	159	16
	Microcuenca de San Miguel	451	42
	<b>Total</b>	<b>1800</b>	<b>171</b>
2	Río Indio – Curso Alto	208	22
	Río Indio – Curso Medio	109	11
	Subcuenca del Teriá	97	10
	<b>Total</b>	<b>414</b>	<b>43</b>
3	Desembocadura Río Indio	91	12
	Subcuenca de Uracillo	73	8
	<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>20</b>
4	Cuenca del Río Miguel de la Borda	179	18
	Microcuenca de Riecito, Cerro Miguel y Qda. La Guinea de Loma Alta	172	16
	Subcuenca del Río Caño Sucio	54	5
	<b>Total</b>	<b>405</b>	<b>39</b>
5	Cuenca Baja del Coclé del Norte	166	16
	Cuenca Baja del Río Toabré	134	13
	<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>29</b>
6	Microcuenca Platanal	273	27
	Microcuenca Río Cascajal	158	15
	Microcuenca San Juan y Turbe	120	13
	<b>Total</b>	<b>551</b>	<b>55</b>
<b>Total</b>		<b>3634</b>	<b>357</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Mapa 3-1: Región Occidental de la Cuenca del Canal de Panamá



### 3 Muestreo de uso del dinero-Características Socio-económicas por Subcuenca

Uno de los factores claves que debería explicar las diferencias de la relación de las comunidades con la economía de mercado es su característica socio-económica. Se estima que las características del hogar tales como educación, tamaño y propiedad de la tierra juegan un papel preponderante en la determinación del grado y de la naturaleza de participación en la economía de mercado. En las próximas Tablas se analizará el grado en que las diferentes sub-cuencas (Zonas) difieren entre sí en sus características socio-económicas claves y si dichas características pueden explicar las diferencias de la naturaleza y el grado de participación en la economía de mercado de los hogares que residen en estas sub-cuencas.

#### 3.1 Situación Laboral

La Tabla 3-2 presenta el tipo de trabajo del jefe de familia en las seis sub-cuencas. Los resultados indican que la mayoría de los hogares se dedican a actividades agrícolas; aproximadamente 79% indicó que la agricultura era la principal fuente de ingreso. La Zona 2 registra el mayor porcentaje de hogares agrícolas (91%) en tanto que las Zonas 6, 1 y 3 tienen el menor porcentaje de hogares agrícolas. Esto sugiere que la mayoría de los hogares dependen de la tierra como fuente de sustento.

**Tabla 3-2: Situación Laboral de la Cabeza de Hogar**

Zona	Situación Laboral				Total
	Sin Trabajo (%)	Agricultura (%)	Ama de Casa (%)	Otro (%)	
1	0.59	74.71	8.82	15.88	170
2	0	90.7	0	9.3	43
3	0	76.92	7.69	15.38	13
4	0	88.89	0	11.11	36
5	0	85.71	10.71	3.57	28
6	0	71.74	19.57	8.7	46
<b>Promedio</b>	<b>0.3</b>	<b>78.87</b>	<b>8.33</b>	<b>12.5</b>	<b>336</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

#### 3.2 Resultados Educativos

Es importante tomar en cuenta el nivel de educación del jefe de familia debido a que generalmente es quien toma las decisiones importantes del hogar, inclusive las vinculadas a la participación del hogar en la economía de mercado. Los resultados (ver Tabla 3-3) indican que la gran mayoría de los jefes de familia solo tienen un nivel de educación primaria. La Zona 6 tiene el mayor porcentaje de jefes de familia con educación secundaria, 26% de los jefes de familia tienen una educación de nivel secundario. En otras Zonas alrededor de 80%-94% de los jefes de familia solo completaron el nivel de educación primaria..

**Tabla 3-3: Nivel de Educación del Jefe de Familia por Zona**

Zona	Nivel de Educación				
	Primaria (%)	Secundaria (%)	Universidad (%)	Sin Educación (%)	Total
1	86.39	9.47	2.37	1.78	169
2	87.8	4.88	0	7.32	41
3	80	13.33	6.67	0	15
4	94.44	0	0	5.56	36
5	88.89	11.11	0	0	27
6	67.92	26.42	0	5.66	53
<b>Promedio</b>	<b>84.46</b>	<b>10.85</b>	<b>1.47</b>	<b>3.23</b>	<b>341</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Otra manera importante de medir los resultados educativos es considerar el máximo nivel de educación alcanzado por uno de los integrantes del hogar. En la medida en que la educación puede determinar la participación en el mercado laboral, los mejores resultados logrados por los miembros del hogar implicarían una mayor integración en la economía de mercado. Los resultados indican que dentro del hogar el resultado educativo es relativamente mejor, habiendo informado 36% de los hogares que por lo menos uno de sus integrantes había llegado al nivel de educación secundaria. (Tabla 3-4). Una vez más el porcentaje es mayor en la Zona 6 donde 49% de los hogares llegaron al nivel de educación secundaria. Por otra parte, la Zona 2, tiene el porcentaje más bajo de hogares con nivel de educación secundaria.

**Tabla 3-4: Máximo Nivel de Educación Alcanzado por Uno de los Miembros del Hogar**

Zona	Nivel de Educación					Total
	Primaria (%)	Secundaria (%)	Vocacional (%)	Universitaria (%)	Sin Educación (%)	
1	53.8	40.35	0.58	5.26	0	171
2	86.05	13.95	0	0	0	43
3	53.33	40	0	6.67	0	20
4	66.67	30.77	0	0	2.56	39
5	64.29	32.14	3.57	0	0	29
6	45.45	49.09	0	5.45	0	55
<b>Promedio</b>	<b>58.69</b>	<b>36.75</b>	<b>0.57</b>	<b>3.7</b>	<b>0.28</b>	<b>357</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

### 3.3 Propiedad de la Tierra

La tabla siguiente indica la propiedad de la tierra por Zonas. Típicamente, en las economías rurales la propiedad de la tierra tiene una implicancia mayor a la de ser un insumo en la producción agrícola. Juega un papel importante en la capacidad del hogar de determinar los mercados de crédito y por lo tanto en la capacidad de acumular riqueza y de protegerse contra impactos en el ingreso. Según los datos, un promedio de 92% de las familias manifestaron ser propietarias de tierras, pero 87% carecía del título de propiedad correspondiente. Generalmente es muy importante tener el título para obtener un crédito, ya que sin el título la tierra no puede utilizarse como garantía de un préstamo. Es interesante destacar que en la Zona 6 se registra el

menor porcentaje de familias propietarias de tierra pero el mayor porcentaje de títulos de propiedad.

**Tabla 3-5: Propiedad de la Tierra por Zonas**

Zona	Sin Tierra	Propietarios de Tierras		
	%	%	% sin Título	Superficie Promedio de Tierra
1	7.6	92.4	88.49	12.26
2	6.98	93.02	97.44	15.86
3	6.67	93.33	92.31	28.08
4	5.13	94.87	91.43	25.51
5	3.57	96.43	95.83	37.91
6	12.73	87.27	66.67	33.17
<b>Promedio</b>	<b>7.69</b>	<b>92.31</b>	<b>87.25</b>	<b>20.09</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

En la última columna figura la superficie promedio de tierra de los agricultores que manifestaron ser propietarios. En promedio existe mayor proporción de propiedad de tierras en la Zona 5 y 6 con un promedio de 37.9 y 33.2 hectáreas. Por otra parte, la Zona 1, tiene el menor promedio de superficie con solo 12.3 hectáreas. La menor superficie podría atribuirse a que los hogares son más pobres o a una mayor fertilidad de la tierra en estas áreas.

### 3.4 Acceso al Crédito

Aproximadamente la mitad de los hogares de la muestra obtuvieron crédito. En la Zona 2 71% indicaron haber solicitado préstamos. Sin embargo, no se dispone de información sobre fuentes de crédito, específicamente si la familia solicitó un préstamo de dinero de una fuente formal o informal. Por lo tanto, no resulta claro si el crédito se obtuvo a través de la participación en la economía de mercado o a través de fuentes informales de familiares o amigos. La relación entre el título de la tierra y el crédito tampoco surge de esta Tabla, que podría deberse a los préstamos informales los que típicamente no requieren que la tierra sirva como garantía subsidiaria. Los resultados indican que en los hogares de las Zonas 4 y 5 se registra el menor porcentaje de obtención de créditos, lo cual podría atribuirse a que los hogares de estas dos sub-cuencas no solicitaron crédito o no pudieron obtenerlo debido a restricciones en su otorgamiento.

**Tabla 3-6: Porcentaje de Hogares con Acceso a Crédito por Zonas**

Zona	Acceso al Crédito		
	No (%)	Sí (%)	Total
1	47.34	52.66	169
2	28.57	71.43	42
3	60	40	15
4	48.72	51.28	39
5	64.29	35.71	28
6	49.09	50.91	55
<b>Promedio</b>	<b>47.41</b>	<b>52.59</b>	<b>348</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

### 3.5 Ahorro

Una familia que tiene dinero ahorrado tendrá mayor capacidad para enfrentar impactos en los ingresos y estará en condiciones de menor vulnerabilidad a deficiencias en la nutrición. Asimismo, las familias que tienen una suma considerable de ahorro tendrán mayores posibilidades de mejor adaptación al cambio de una economía tradicional a una de mercado puesto que estarán en mejor situación para sacar ventajas del mercado ya sea para satisfacer sus necesidades de alimentación o para generar ingresos. Ello se debe a que uno esperaría que las familias que disponen de ahorros estarían en mejor situación para invertir en una empresa para generar ingresos. La Zona 2 tiene el porcentaje más elevado de familias que tienen dinero ahorrado, habiéndose informado que el mismo asciende a 95%. Tal como se destacó anteriormente, resulta interesante que también la Zona 2 registre el mayor porcentaje de familias que solicitaron préstamos al mercado. La Zona 4 y la 1 registraron el menor porcentaje de familias con ahorros (66% y 69% respectivamente). La calidad de los datos sobre el monto de los ahorros no es totalmente aceptable por lo tanto no se indica el monto promedio de ahorro.

**Tabla 3-7: Porcentaje de Familias con Ahorros por Zona**

Zona	Familias con Ahorros		
	No (%)	Si (%)	Total
<b>1</b>	34.12	65.88	170
<b>2</b>	4.65	95.35	43
<b>3</b>	26.67	73.33	15
<b>4</b>	30.77	69.23	39
<b>5</b>	25	75	28
<b>6</b>	28.85	71.15	52
<b>Promedio</b>	<b>28.24</b>	<b>71.76</b>	<b>347</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

### 3.6 Ingreso por Zonas

Se estima que los hogares que perciben ingresos salariales regulares en efectivo serán los que más se integrarán a la economía de mercado y los que estarían menos vulnerables a los impactos del consumo que afectan adversamente los resultados nutricionales. Sin embargo, el nivel de estos ingresos en efectivo sería importante para determinar el grado en el que las familias están integradas. La Tabla 3-8 siguiente indica aproximadamente un promedio de 35% de las familias que cuentan con una fuente fija de ingresos, ya sea provenientes de salarios o de otras fuentes, inclusive de jubilaciones. Puede advertirse una gran variación entre las seis zonas; la Zona 5 informó que solo 7% de los hogares tenía una fuente fija de ingresos mientras que la Zona 1 informó que dicha cifra ascendía al 49%.

**Tabla 3-8 Porcentaje de Hogares con Ingresos Fijos por Zonas**

Zona	Hogares con Ingresos Fijos		
	No (%)	Si (%)	Total
1	50.88	49.12	171
2	80.95	19.05	42
3	80	20	15
4	74.36	25.64	39
5	92.86	7.14	28
6	74.55	25.45	55
<b>Promedio</b>	<b>65.43</b>	<b>34.57</b>	<b>350</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

La Tabla 3-9, presenta la fragmentación de las fuentes de ingreso fijo por zona. En todas las zonas, con excepción de la Zona 1, en dónde la fuente principal de ingreso fijo son los trabajos asalariados. En general, el 20.23% de los hogares reportaron tener ingreso por esta fuente. En la Zona 5, que tiene el menor porcentaje de hogares con ingreso fijo (ver Tabla 4-7), la única fuente de ingreso fijo son salarios.

Es interesante observar que sólo los hogares en la Zona 1 reportaron tener fuentes fijas de ingreso. La Tabla 3-9: Ingreso en Efectivo Familiar por Zona indica que el 32.35% de los 171 hogares recibe otro tipo de ingresos como fuente fija de ingresos. El 4.27% de los hogares reportaron tener una pensión, ayuda familiar o beca.

**Tabla 3-9: Ingreso en Efectivo Familiar por Zona**

Zona	Ingreso Fijo del Hogar (Balboas por mes)				
	Ingreso Salarial	Ingreso Fijo Total	Otras Fuentes de Ingreso	Ingreso Total en Efectivo	Ingreso en Efectivo Per Cápita
1	64.60	122.98	56.70	179.68	34.88
2	50.23	50.70	75.28	125.98	20.22
3	5.33	16.67	192.67	209.33	52.82
4	37.54	41.38	79.90	121.28	26.07
5	21.79	21.79	79.46	101.25	19.75
6	58.00	59.64	89.76	149.40	28.40
<b>Promedio</b>	<b>52.85</b>	<b>82.52</b>	<b>74.36</b>	<b>156.88</b>	<b>30.65</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Nota: Cada hogar puede tener varias Fuentes de ingreso fijo si varios miembros del hogar trabajan. Es por esto que el total de la suma de los porcentajes en esta tabla no suma igual al porcentaje total de hogares con fuentes de ingresos fijos presentado en la Tabla 3-8 Porcentaje de Hogares con Ingresos Fijos por Zonas

La Tabla 3-10 Ingreso de Efectivo del Hogar por Zona presenta la cantidad promedio del ingreso mensual de los hogares en las seis zonas. La tabla presenta el ingreso por salario y el ingreso por otras fuentes de rédito que no son fijas. Finalmente se presenta el promedio total de efectivo que reciben estos hogares. Por lo general los hogares en todas las zonas tienen un ingreso en efectivo mensual mayor a \$100 balboas. Interesantemente la Zona 3 obtiene la mayoría de su efectivo de la venta de productos y de trabajos independientes. La Zona 3 también posee el promedio más alto de ingresos en efectivo. Por otro lado, la Zona 1 tiene el ingreso fijo más alto con aproximadamente la mitad proveniente de salarios y el resto proveniente de arriendos, pensiones y otras fuentes.

**Tabla 3-10 Ingreso de Efectivo del Hogar por Zona**

Zona	Ingreso fijo por hogar (Balboas -mes)				
	Ingreso por Salario	Ingreso Total Fijo	Otras Fuentes de Ingreso	Ingreso Total en Efectivo	Ingreso en Efectivo Per Cápita
<b>1</b>	64.60	122.98	56.70	179.68	34.88
<b>2</b>	50.23	50.70	75.28	125.98	20.22
<b>3</b>	5.33	16.67	192.67	209.33	52.82
<b>4</b>	37.54	41.38	79.90	121.28	26.07
<b>5</b>	21.79	21.79	79.46	101.25	19.75
<b>6</b>	58.00	59.64	89.76	149.40	28.40
<b>Promedio</b>	<b>52.85</b>	<b>82.52</b>	<b>74.36</b>	<b>156.88</b>	<b>30.65</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

### 3.7 Mercados Locales y su Distancia a Areas Metropolitanas

Uno de los determinantes importantes de una integración del hogar a la economía de mercado es la distancia a los mercados y las áreas metropolitanas en donde están los mercados relevantes para la producción del hogar y para oportunidades laborales. En la Tabla 3- 11: Distancias Promedio de las Comunidades a Panamá, Penonomé y Colón, por Zonas debajo se presenta la distancia promedio (en km) de las comunidades a Panamá, Penonomé y Colón<sup>1</sup>. La Zona 1 es la más cercana a Penonomé con una distancia promedio de 25 kms. Como esperado, los resultados de los 15 talleres también dirigidos en el área del estudio indican que Penonomé es un mercado directo para los productos de la Zona 1 (Talleres 3 y 4). La Zona 2, por otro lado, es la más cercana a Panamá y a Colón. Los asistentes al TDP1 #8, que incluyó pobladores de la Zona 2, indicaron que Panamá es un mercado directo para sus productos. Es de observar que ninguno de los participantes a los talleres han mencionado a Colón como un mercado para sus productos.

<sup>1</sup> Esta variable fue medida como la distancia entre dos puntos utilizando las coordenadas de las tres ciudades y las coordenadas de cada comunidad de acuerdo con el sistema GIS. Una mejor medida hubiera sido la distancia real por caminos pero esta no es de fácil obtención.

**Tabla 3- 11: Distancias Promedio de las Comunidades a Panamá, Penonomé y Colón, por Zonas**

Zona	Distancia Promedio desde las Comunidades (en Kms)		
	Penonomé	Panamá	Colón
<b>1</b>	28.38	97.78	85.29
<b>2</b>	43.99	81.45	69.66
<b>3</b>	44.01	98.83	78.68
<b>4</b>	45.79	92.95	70.07
<b>5</b>	44.53	114.06	87.09
<b>6</b>	40.65	120.56	96.23
<b>Promedio</b>	<b>35.44</b>	<b>100.51</b>	<b>84.04</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Aparte de ciudades grandes que son los mercados grandes para vender los productos, los mercados locales son una manera importante para los hogares en la venta de sus productos e integrarse en la economía de mercado. Los asistentes a algunos de los talleres mencionaron que ellos vendían sus productos en los mercados locales. También en la encuesta de hogares se preguntó si ellos usan el mercado local y si había presencia de mercados locales en su área. La Tabla a continuación presenta el porcentaje de hogares en la encuesta que reportaron no tener acceso a mercados locales por zona. En conjunto, los resultados indican que un 70.43% de los hogares encuestados no tienen un mercado local en el área. Esto no es sorprendente dado que los resultados del taller indican que las casas en esta área dependen tanto en estrategias de mercado como de no mercado para vender sus productos; esto incluye el intercambio, el trueque, venta a intermediarios y regalos a vecinos, aparte de mercados locales y comerciales. Es interesante observar que la Zona 5, que está relativamente más lejos de las tres grandes ciudades, es la que tiene menor número de porcentaje de hogares sin acceso a mercados locales.

**Tabla 3- 12 Presencia de Mercados Locales en las Comunidades**

Zona	Hogares sin Mercados Locales		
	Con Mercados Locales (%)	Sin Mercados Locales (%)	Total
<b>1</b>	23.35	76.65	167
<b>2</b>	24.39	75.61	41
<b>3</b>	33.33	66.67	15
<b>4</b>	38.46	61.54	39
<b>5</b>	53.57	46.43	28
<b>6</b>	32.73	67.27	55
<b>Promedio</b>	<b>29.57</b>	<b>70.43</b>	<b>345</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

En la conclusión, encontramos que la Zona 1 es la que está más cerca de Penonomé y la que, en promedio, tiene la distancia más corta a una área metropolitana, y por ende, es la más integrada a la economía de mercado. La Zona 1 es la que tiene el más alto porcentaje promedio de hogares con fuentes fijas de ingreso y el más alto ingreso fijo. Los hogares de la Zona 1 tienen los más bajos promedios de tenencia de tierra y el menor porcentaje de hogares con cabeza de hogar en la agricultura, los lazos con sus ocupaciones tradicionales son más débiles que en las demás zonas.

Sin embargo, se debe enfatizar que una mayoría grande de hogares tiene fuertes nexos con la agricultura y es sólo con relación a los hogares de las otras zonas que los de ésta zona están en transición a otras ocupaciones.

Otro punto importante a observar es que la Zona 3 tiene el menor porcentaje de hogares con un ingreso por salario pero tienen el ingreso más alto de dinero en efectivo. La Zona 3 también tuvo el más alto número de hogares reportando que tenía ahorros. Esto sugiere que la agricultura sostiene los hogares de la zona a un nivel relativamente más alto y es así como el incentivo de buscar trabajo asalariado en estos hogares puede ser más bajo.

### 3.8 Mercados – Síntesis Talleres Participativos

En general la mayoría de los productos agrícolas de las comunidades son para su sustento y los remanentes se venden o intercambian con los vecinos y en los mercados locales (Ver Anexo 4- resultados de los talleres Ficha 4b). Los productos comerciales son en general el café, ganado y cítricos los cuales se venden a intermediarios. En la Cuenca del Río Toabré también se comercializan el maíz, plátano y frijol. Algunas comunidades reportaron que en ocasiones los cítricos se pierden cuando no se consumen en su totalidad por falta de acceso a los mercados. En la zona alta del Río Indio los productos de hortalizas, viveros se venden en los mercados de El Valle. Otros productos como las gallinas también se venden en la Chorrera.

## 4 Análisis de los Mecanismos de Producción y Distribución No Monetaria

En este capítulo se analiza la naturaleza de la participación de los hogares en el mecanismo de producción. En particular la medida en que los mismos participan de la economía de producción y la naturaleza y el grado de participación.

La Tabla 3-13 siguiente presenta el porcentaje de hogares que participaron en la economía de producción y recibieron ingresos en efectivo de la misma.<sup>2</sup> Los resultados indican que en total solo 5% de los hogares no tienen ninguna participación en la economía de mercado. En la Zona 4, aproximadamente 18% de los hogares no participaron en la economía mientras que en la Zona 2 todos los hogares informaron haber participado en la economía de mercado.

---

<sup>2</sup> El ingreso mensual en efectivo se mide a nivel del hogar y se calcula como el total de lo ganado por todo el núcleo familiar.

**Tabla 3-13: Participación en la Economía de Mercado por Zona**

Zona	Participación en la Economía de Mercado		
	No (%)	Si (%)	Total
<b>1</b>	1.18	98.82	169
<b>2</b>	0	100	43
<b>3</b>	14.29	85.71	14
<b>4</b>	17.95	82.05	39
<b>5</b>	7.41	92.59	27
<b>6</b>	10.34	89.66	29
<b>Promedio</b>	<b>4.98</b>	<b>95.02</b>	<b>321</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Para medir la forma en que los hogares están vinculados a la economía de mercado desde la óptica de la producción, la Tabla siguiente presenta los hogares que recibieron un ingreso fijo, un ingreso por la venta de productos agrícolas e ingresos de otras fuentes. Se asigna la clasificación de hogares que recibieron ingresos fijos si los mismos informaron haber recibido un ingreso fijo, pero dichos hogares también pueden tener otras fuentes de ingreso. Los hogares que no informaron haber recibido un ingreso fijo pero sí un ingreso positivo por la venta de productos agrícolas se clasificaron según ingresos agrícolas recibidos. Por otra parte, los hogares que informaron no haber percibido ingresos fijos ni agrícolas pero que percibieron ingresos de otras fuentes, se clasificaron según otras fuentes. Finalmente, a los hogares que informaron que no habían recibido ingreso alguno de ninguna de estas fuentes se los clasificó como sin participación en el mercado laboral.

La Zona 5 tiene el mayor porcentaje de hogares con ingresos por la venta de productos agrícolas; 63% de los hogares informaron haber percibido ingresos por ventas de productos agrícolas y solamente 7.4% ingresos de fuentes fijas. Es interesante advertir que la Zona 5 también tiene el menor nivel de ingresos per cápita. Por otra parte, la Zona 1, tiene el porcentaje más elevado de hogares con ingresos fijos.

**Tabla 3-14: Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado por Zona**

Zona	Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado				
	Sin Participación (%)	Ingreso Fijo (%)	Renta Agrícola (%)	Otras Rentas (%)	Total
<b>1</b>	1.18	48.82	30	20	170
<b>2</b>	0	18.6	51.16	30.23	43
<b>3</b>	13.33	20	53.33	13.33	15
<b>4</b>	17.95	25.64	43.59	12.82	39
<b>5</b>	7.41	7.41	62.96	22.22	27
<b>6</b>	5.88	25.49	43.14	25.49	51
<b>Promedio</b>	<b>4.64</b>	<b>34.49</b>	<b>39.71</b>	<b>21.16</b>	<b>345</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

En los próximos capítulos analizaremos las diferentes características socio-económicas de los hogares a través de estas categorías para analizar si estos resultados son diferentes dependiendo de la naturaleza de la participación en la economía de producción.

#### 4.1 Resultados de la Educación por Participación en el Mercado

Los hogares que informaron que tenían una fuente fija de ingresos poseen el mayor porcentaje de jefes de familia con educación secundaria. Más aún, el porcentaje de hogares con educación secundaria y universitaria es el más alto para los hogares que reportaron tener alguna fuente de ingreso fijo. Esto sugiere que la educación es un factor importante que afecta la participación del hogar en la economía de Mercado. Además, sugiere que un mayor nivel educativo produce un mayor impacto en la habilidad de un hogar de tener un empleo en algo diferente a la agricultura. Es así cómo se puede suponer que los hogares con mayor nivel de educación se podrían integrar más fácil a una economía de mercado.

Tabla 3-15: Educación del Jefe de Familia y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado). Además, el mayor porcentaje de jefes de familia sin educación se registró en los hogares que no participaban de la economía de mercado. En comparación con el promedio de 3.3% de los jefes de familia sin educación, esta cifra fue 13% para este grupo. Sin embargo, debe advertirse que en total solo hubo 16 hogares que no participaban de la economía de mercado. Este hecho sugiere que la educación puede ser un factor importante que incide en la naturaleza de la participación de los hogares en la economía de mercado. Es de suponer que la ocupación en el sector no agrícola requiere un nivel de educación más alto. Por lo tanto, en cuanto se estima que el posible proyecto de la Cuenca de Panamá posiblemente requerirá el movimiento de población fuera de su ocupación tradicional, debería esperarse que a los hogares con mayor nivel de educación les será más fácil integrarse a la economía de mercado. Más aún, el porcentaje de hogares con educación secundaria y universitaria es el más alto para los hogares que reportaron tener alguna fuente de ingreso fijo. Esto sugiere que la educación es un factor importante que afecta la participación del hogar en la economía de Mercado. Además, sugiere que un mayor nivel educativo produce un mayor impacto en la habilidad de un hogar de tener un empleo en algo diferente a la agricultura. Es así cómo se puede suponer que los hogares con mayor nivel de educación se podrían integrar más fácil a una economía de mercado.

**Tabla 3-15: Educación del Jefe de Familia y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado**

Naturaleza de la Participación	Educación del Jefe de Familia				Total
	Primaria (%)	Secundaria (%)	Universitaria (%)	Sin Educación (%)	
Sin Participación	80	6.67	0	13.33	15
Ingreso Fijo	79.65	15.93	3.54	0.88	113
Renta Agrícola	85.07	8.96	0.75	5.22	134
Otras Rentas	91.78	6.85	0	1.37	73
<b>Promedio</b>	<b>84.48</b>	<b>10.75</b>	<b>1.49</b>	<b>3.28</b>	<b>335</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

#### 4.2 Ahorro y Acceso al Crédito por Participación en el Mercado

Tal como se mencionó anteriormente, es de suponer que los hogares que tienen dinero ahorrado o acceso al crédito estarían protegidos contra la vulnerabilidad nutricional y tendrían mayor capacidad para integrarse a la economía de mercado. La Tabla 3-16 analiza si los patrones de ahorro cambian en los hogares dependiendo de la naturaleza de participación en la economía de producción. Resulta interesante que los resultados indican que un número elevado de hogares con ingresos fijos informó que no disponían de ahorros. Tal como se suponía, los hogares que no participan en gran medida en la economía de mercado no ahorran tanto como 87.5% de los hogares que informaron que no tenían ahorros. Por otra parte, la gran mayoría de los hogares que perciben rentas agrícolas y de otras fuentes, indicaron tener algún tipo de ahorro.

**Tabla 3-16: Ahorro por Naturaleza de Participación en la Economía de Mercado**

Naturaleza de la Participación	Ahorros		
	No (%)	Si (%)	Total
Sin Participación	87.5	12.5	16
Ingreso Fijo	42.74	57.26	117
Renta Agrícola	11.85	88.15	135
Otras Rentas	17.81	82.19	73
<b>Promedio</b>	<b>27.27</b>	<b>72.73</b>	<b>341</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

La Tabla 3-17 siguiente muestra el porcentaje de hogares que recibieron crédito por la naturaleza de la participación en la economía de mercado. Resulta interesante apreciar que los hogares sin ingresos en efectivo tienen la mayor incidencia de préstamo habiendo informado 66.7% de los hogares haber recibido crédito.

**Tabla 3-17: Hogares con Crédito y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado**

Naturaleza de la Participación	Crédito		
	No (%)	Sí (%)	Total
Sin Participación	33.33	66.67	15
Ingreso Fijo	41.53	58.47	118
Renta Agrícola	50	50	136
<b>Promedio</b>	<b>47.37</b>	<b>52.63</b>	<b>342</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

### 4.3 *Desnutrición por Participación en el Mercado*

Para medir la vulnerabilidad nutricional de los hogares de la encuesta se preguntó si alguno de los miembros del núcleo familiar sufría de desnutrición. Solo 14.5% de los hogares informaron haber sufrido de desnutrición (Tabla 3-18). Este porcentaje no varía demasiado según la participación en el mercado. El porcentaje más alto de desnutrición se encuentra en los hogares que dependen de otras fuentes de ingresos.

**Tabla 3-18: Desnutrición y Naturaleza de la Participación en la Economía de Mercado**

Naturaleza de la Participación	Desnutrición		
	No (%)	Si (%)	Total
Sin Participación	87.5	12.5	16
Ingreso Fijo	87.39	12.61	119
Renta Agrícola	86.86	13.14	137
Otras Rentas	79.45	20.55	73
<b>Promedio</b>	<b>85.51</b>	<b>14.49</b>	<b>345</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

## 5 **Análisis del Uso del Dinero-Trueque**

Esta sección presenta el análisis del uso del dinero. Específicamente se refiere a las soluciones que proporciona el mercado frente a las necesidades nutricionales de los hogares, y hasta qué punto dichas soluciones provienen de la economía de mercado o de opciones ajenas al mercado. En la encuesta se preguntó a los hogares si confiaban en el mercado, en la producción propia, en el intercambio o en el préstamo de otros integrantes de la comunidad para el consumo de diez productos alimenticios principales. Dichos productos fueron: leche, carne, granos, verduras, frutas, pasta/pan, azúcar, aceite, café, etc. Al final del capítulo se presenta un resumen del uso del dinero de acuerdo con los resultados de los talleres participativos.

### 5.1 *Análisis de la Encuesta*

La Tabla 3-19 presenta el porcentaje de hogares que confiaban solamente en el mercado, no confiaban en absoluto en el mercado, o utilizaban una estrategia que combinaba una participación en el mercado y su propia producción u otras fuentes no monetarias para obtener los diez productos alimenticios. En total en todas las Zonas, el 37% de los hogares confiaba solamente en el mercado como fuente primaria de obtención de todos los productos alimenticios contenidos en la lista de la encuesta. El menor porcentaje se registró en la Zona 1, mientras que en las Zonas restantes el porcentaje de hogares fue similar, entre 41% y 47% (Zona 4 y Zona 6). El 63% de los hogares declararon combinar fuentes de mercado con otras fuentes, pero un porcentaje insignificante de los hogares declaró que no confiaba en absoluto en el mercado como fuente principal de obtención de alimentos (0,57%).

**Tabla 3-19: Principales Fuentes de Consumo por Zonas**

Zona	Fuente de Consumo			Total
	Solo Mercado (%)	Solo Propio (%)	Mercado y Otros (%)	
<b>1</b>	27.49	1.17	0	71.35
<b>2</b>	44.19	0	0	55.81
<b>3</b>	46.67	0	0	53.33
<b>4</b>	41.03	2.56	2.56	53.85
<b>5</b>	42.86	0	0	57.14
<b>6</b>	47.27	1.82	0	50.91
<b>Promedio</b>	<b>36.18</b>	<b>1.14</b>	<b>0.28</b>	<b>62.39</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Para examinar el alcance de la participación en la economía de mercado y en la economía alternativa, la Tabla 3-20 toma en cuenta la estrategia de consumo de los hogares por sus fuentes secundarias de consumo a través de la categoría de fuentes primarias de consumo. La Tabla 3-10: Fuente de Consumo Secundaria para Hogares que Confían Principalmente en el Mercado indica que de los 127 hogares que dependen únicamente del Mercado como fuente primaria de sus necesidades de consumo, sólo el 4.72% de estos hogares reportaron utilizar el mercado como su fuente secundaria de consumo. De hecho, el 3.94% de los hogares reportaron que utilizaban el mercado en combinación con otras Fuentes para suplir sus necesidades de consumo. Los hogares restantes dependen de fuentes diferentes al Mercado para suplir sus necesidades.

**Tabla 3-10: Fuente de Consumo Secundaria para Hogares que Confían Principalmente en el Mercado**

Fuente Secundaria de Consumo	Fuente Primaria de Consumo				Total
	Solo Mercado (%)	Propia (%)	Solo Comunidad (%)	Mercado y Otras (%)	
<b>Solo Mercado</b>	4.72	50	0	17.35	13.11
<b>Propia</b>	40.16	0	0	19.63	26.78
<b>Solo Comunidad</b>	12.6	0	0	1.37	5.41
<b>No Mercado</b>	38.58	0	0	16.89	24.5
<b>Mercado y Otras</b>	3.94	50	100	44.75	30.2
<b>Fuente</b>	127	4	1	219	351

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Es interesante examinar las fuentes de consumo primarias para los hogares según su participación en el mercado de trabajo. La Tabla 3-21 indica que los hogares que obtenían sus ingresos de fuentes diferentes a la agricultura mostraron el mayor porcentaje de hogares que confiaban solo en el mercado como fuente de consumo primaria. Es muy interesante destacar que los hogares que declararon tener ingresos por concepto de actividades agrícolas representaron un porcentaje insignificante de los hogares que confiaban solamente en su producción propia como principal fuente de consumo. Eso sugiere que aun los hogares agrícolas necesitan del mercado para satisfacer sus necesidades de consumo de alimentos. En la siguiente serie de Tablas la principal fuente de consumo está dada por cada uno de los diez productos alimenticios. Estas Tablas indican lo mismo.

**Tabla 3-21: Principales Fuentes de Consumo por Naturaleza de Participación en el Mercado**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo			Total
	Solo Mercado (%)	Solo Propio (%)	Mercado y Otros (%)	
Ninguna Participación	18,75	6,25	75	16
Ingresos Fijos	33.61	0	66.39	119
Ingresos por Agricultura	32.85	0.73	66.42	137
Otros Ingresos	53,42	0,00	46,58	73
<b>Promedio</b>	<b>127</b>	<b>2</b>	<b>216</b>	<b>345</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Las Tablas 3-22 a 3-31 presentan a continuación el porcentaje de hogares por la fuente principal de obtención de estos productos alimenticios y la participación en la economía de producción de cada uno de los diez productos. El resultado principal de estos datos es que los hogares confían en el mercado para satisfacer sus necesidades proteicas (leche y carne). Aproximadamente el 91% de los hogares que declaró consumir leche afirmó que confiaba en el mercado como fuente principal de obtención de la misma (Ver Tabla 3-22: Principales Fuentes de Consumo de Leche) El porcentaje correspondiente a la carne asciende a 56% (Ver Tabla 3-5) La siguiente fuente más importante para el consumo de leche y carne es la producción propia (6% y 42% respectivamente).

Según lo esperado, la Tabla 3-22: Principales Fuentes de Consumo de Leche indica que los hogares con ingresos fijos e ingresos de otras fuentes diferentes a la producción agrícola confían en gran medida en el mercado para obtener leche (95.18% y 100% respectivamente.) Sin embargo, este modelo no se cumple en el caso de la carne.

**Tabla 3-22: Principales Fuentes de Consumo de Leche**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo				Total
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Otra Persona (%)	
Ninguna Participación	63,64	27,27	9,09	0	11
Ingresos Fijos	95.12	1.22	0	3.66	82
Ingresos por Agricultura	86.76	11.59	0	1.45	69
Otros Ingresos	100	0	0	0	41
<b>Promedio</b>	<b>91,63</b>	<b>5,91</b>	<b>0,49</b>	<b>1,97</b>	<b>203</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

**Tabla 3-23: Principales Fuentes de Consumo de Carne**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo				
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Otra Persona (%)	Total
Ninguna Participación	66,67	16,67	16,67	0	6
Ingresos Fijos	59,14	40,86	0	0	93
Ingresos por Agricultura	48,19	50,60	0	1,20	83
Otros Ingresos	66,07	33,93	0	0	56
<b>Promedio</b>	<b>57,14</b>	<b>42,02</b>	<b>0,42</b>	<b>0,42</b>	<b>238</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Según esta información, alrededor del 54% de los hogares de la región confían en su propia producción para el consumo de granos, y el 41% de ellos los obtienen principalmente en el mercado (Tabla 3-24: Principales Fuentes de Consumo de Granos).

Una vez más, según lo esperado, los hogares que dependen de la agricultura satisfacen sus necesidades de consumo a partir de su propia producción (66,3%.)

**Tabla 3-24: Principales Fuentes de Consumo de Granos**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo					
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Actividad recíproca (%)	Otra Persona (%)	Total
Ninguna Participación	43,75	56,25	0	0	0	16
Ingresos Fijos	51,00	43,56	2,00	1,00	3,00	100
Ingresos por Agricultura	29,17	66,67	3,13	0	1,04	96
Otros Ingresos	44,74	52,63	0	0	2,63	38
<b>Promedio</b>	<b>41,2</b>	<b>54,4</b>	<b>2</b>	<b>0,4</b>	<b>2</b>	<b>250</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Los hogares obtienen su ración de verduras y frutas principalmente de su propia producción. La Tabla 3-25: Principales Fuentes de Consumo de Verduras, por ejemplo muestra que 83% de los hogares informaron que obtienen sus verduras de esta manera. Gran parte de los hogares restantes las compran en el mercado (12,2%) y también dependen del intercambio o de otras formas de obtención. Una vez más, según lo esperado, el mayor porcentaje de hogares que compran vegetales (20,22%) se dio entre los hogares con ingresos fijos. El mismo modelo se aplica a las frutas. La Tabla 3-25 (Principales Fuentes de Consumo de Frutas) nos indica que el 78,7% de los hogares confían en su producción propia para el consumo de frutas, y esta cifra es inferior en los hogares con ingresos fijos (65,5%) y la más alta en aquellos hogares que no tienen ningún ingreso en dinero (100%).

**Tabla 3-25: Principales Fuentes de Consumo de Verduras**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo				Total
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Otra Persona (%)	
Ninguna Participación	9,09	90,91	0	0	11
Ingresos Fijos	20,45	73,86	4,55	1,14	88
Ingresos por Agricultura	6,67	86,67	5,56	1,11	90
Otros Ingresos	6,25	93,75	0	0	32
<b>Promedio</b>	<b>12,22</b>	<b>82,81</b>	<b>4,07</b>	<b>0,9</b>	<b>221</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

**Tabla 3-26: Principales Fuentes de Consumo de Frutas**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo				Total
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Otra Persona (%)	
Ninguna Participación	0	100	0	0	1
Ingresos Fijos	31,58	66,67	1,75	0	57
Ingresos por Agricultura	8,77	87,72	1,75	1,75	57
Otros Ingresos	15,38	84,62	0	0	26
<b>Promedio</b>	<b>19,15</b>	<b>78,72</b>	<b>1,42</b>	<b>0,71</b>	<b>141</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

De acuerdo con esta información, aproximadamente el 50% de los hogares en la región dependen de su propia producción para el consumo de café y el 47.% dependen del mercado (ver Tabla 3-27: Principales Fuentes de Consumo de Café.) Los hogares que no participan en la economía de mercado desde el lado de la producción y los hogares que dependen de la agricultura tuvieron los porcentajes más altos que reflejan el grado de dependencia en la propia producción para sus necesidades de consumo (70% y 62.5% respectivamente.)

**Tabla 3-27: Principales Fuentes de Consumo de Café**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo			Total
	Compra (%)	Producción (%)	Otra Persona (%)	
Ninguna Participación	30	70	0	10
Ingresos Fijos	56,96	39,24	3,8	79
Ingresos por Agricultura	36,36	62,5	1,14	88
Otros Ingresos	64,29	35,71	0	28
<b>Promedio</b>	<b>47,8</b>	<b>50,24</b>	<b>1,95</b>	<b>205</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Los resultados indican que los hogares dependen principalmente del mercado para su consumo de Pasta, Pan, Azúcar y Aceite y demás productos. La Tabla 3-28 indica que el 98.4% de los hogares reportaron que dependían principalmente del mercado para obtener pasta y pan. Este

patrón es cierto en todos los hogares, incluyendo aquellos que no participan en el mercado desde el lado de la producción.

**Tabla 3-28: Principales Fuentes de Consumo de Pasta y Pan**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo			
	Compra (%)	Producción (%)	Otra Persona (%)	Total
Ninguna Participación	100	0	0	2
Ingresos Fijos	97.73	0	2.27	88
Ingresos por Agricultura	97.87	1.06	1.06	94
Otros Ingresos	100	0	0	66
<b>Promedio</b>	<b>98,4</b>	<b>0,4</b>	<b>1,2</b>	<b>250</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Esa información nos muestra que los hogares dependen principalmente del mercado para obtener aceite, azúcar y demás productos, con el 94.8% de los hogares dependiendo del mercado para el consumo de azúcar (ver Tabla 3-29: Principales Fuentes de Consumo de Azúcar). Esta figura es de 91.7% para aceite (ver Tabla 3-30: Principales Fuentes de Consumo de Aceite) y 90.6% para otros productos (ver Tabla 3-31).

**Tabla 3-29: Principales Fuentes de Consumo de Azúcar**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo				
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Otra Persona (%)	Total
Ninguna Participación	100	0	0	0	13
Ingresos Fijos	93,91	2,61	0	3,48	115
Ingresos por Agricultura	92,31	6,15	0,77	0,77	130
Otros Ingresos	100	0	0	0	70
<b>Promedio</b>	<b>94,82</b>	<b>3,35</b>	<b>0,3</b>	<b>1,52</b>	<b>328</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

**Tabla 3-30: Principales Fuentes de Consumo de Aceite**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo				
	Compra (%)	Producción (%)	Intercambio (%)	Otra Persona (%)	Total
Ninguna Participación	100	0	0	0	9
Ingresos Fijos	91,4	5,38	0	3,23	93
Ingresos por Agricultura	85,98	11,21	1,87	0,93	107
Otros Ingresos	100	0	0	0	68
<b>Promedio</b>	<b>91,7</b>	<b>6,14</b>	<b>0,72</b>	<b>1,44</b>	<b>277</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

**Tabla 3-31: Principales Fuentes de Consumo de Otros Productos**

Naturaleza de Participación	Fuente de Consumo			Total
	Compra (%)	Producción (%)	Otra Persona (%)	
Ninguna Participación	100	0	0	2
Ingresos Fijos	81,25	6,25	12,5	16
Ingresos por Agricultura	91,3	8,7	0	23
Otros Ingresos	100	0	0	12
<b>Promedio</b>	<b>90,57</b>	<b>5,66</b>	<b>3,77</b>	<b>53</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

En conclusión, los modelos de consumo de esta comunidad sugieren que los hogares se basan en una estrategia que combina mecanismos de mercado y ajenos a éste para satisfacer sus necesidades de consumo. En términos generales, la mayoría de los hogares obtienen leche, carne, azúcar, aceite, pasta/pan y otros productos del mercado, mientras que confían más en su propia producción para la obtención de granos, verduras, frutas y café. En promedio, en todas las categorías alimenticias los hogares que cuentan con ingresos fijos se basan más en el mercado para la satisfacción de sus necesidades de consumo.

## 5.2 Síntesis del uso del dinero y Trueque –Talleres Participativos

En todos los talleres (ver Anexo Información de los TDP1) participativos los participantes expresaron que su principal uso del dinero esa para comprar vestuario y calzados, materiales escolares, combustible y transporte, artículos para el hogar, alimentos, medicamentos, e insumos agropecuarios y herramientas para la labranza. En la zona 4 (Río Indio abajo) los participantes también dijeron que utilizan dinero para comprar equipos de generación de energía incluyendo baterías, plantas eléctricas, y paneles solares. Las comunidades de la ROCC expresaron que hay a falta de energía eléctrica pero sólo en la zona del Río Indio identificaron la compra de equipos de generación con dinero.

Con relación al trueque, en los talleres de la zona 1 (Cuenca del Río Toabré) en general los participantes expresaron que el “cambio” de mano o “peón” como se le llama el trueque se mantiene. En estas comunidades hay solidaridad para sacar a los enfermos graves o a los picados de culebra, se dividen por comunidades y van llevando al afectado, reemplazándose a lo largo del camino, en una red de solidaridad a través de las comunidades, esto se hace gratuitamente. También se apoya económicamente, a las familias que necesitan trasladar enfermos. Sin embargo, en algunas comunidades como en la parte alta del Río Indio (Taller 8), lo participantes expresaron que el intercambio ha desaparecido en las comunidades donde ha entrado el mercado. Sin embargo, todavía se mantiene el trueque de productos, o se intercambia 1 lata de arroz en Cáscara (35lb.), por un día de trabajo o 1 lata de Maíz (25 lb.) por un día de trabajo (Taller 9). El la zona alta del Río Indio el cambio de mano se ha mantenido, es la base del método de trabajo en época de cosecha. El intercambio se ha mantenido en Santa Rosa, Las Marías, Uracillo, Limite, Limón. Se ha fortalecido en el jobo, se ha ido perdiendo en Jacumilla, la junta se ha mantenido en Uracillo y se han ido perdiendo en otras comunidades. En algunas comunidades de la cuenca de Miguel de la Borda, el intercambio se ha ido perdiendo, y solo se

practica con conocidos o la familia. El cambio de mano no se practica en las comunidades de la costa, se paga el jornal. En las que están sobre los ríos se practica el peón, pero menos que antes. En la cuenca de Río Coclé del Norte el cambio se ha mantenido en la mayoría de las comunidades según lo expresaron los participantes en los talleres 12 al 15.

## 6 El Proceso de Monetización y su Impacto en la Economía Tradicional, la Sociedad, la Cultura y el Medio Ambiente.

Es normal que el proceso de monetización tenga un impacto en la economía tradicional, su cultura y ambiente. El análisis anterior nos muestra que los hogares en el área de estudio tienen un nivel adecuado de integración con la economía de mercado, tanto desde el punto de vista de la producción como del consumo. La mayoría de los hogares participa en la economía productiva vendiendo su producto en el mercado o participando en el mercado a manera de trabajo asalariado (la Tabla 3-13: Participación en la Economía de Mercado por Zona, nos muestra que el 95% de hogares participaron en la economía de mercado del lado de la producción.) Más aun, la mayoría de las casas dependen del mercado para satisfacer sus necesidades de consumo. Sin embargo, comparando esto con las economías modernas que están completamente monetizadas, los hogares de esta región dependen en gran medida de su propia producción, del trueque y del intercambio para satisfacer sus necesidades de consumo. De la misma manera, la participación de los hogares en la economía productiva también varía. Un porcentaje muy pequeño de hogares no participa en absoluto en el mercado, y de aquellos que participan en el mercado, un número significativo no tiene miembros de la familia que participen en el mercado laboral (asalariado.) Esto nos permite medir cómo la organización sociocultural varía dependiendo de la naturaleza de la participación del hogar en la economía productiva.

### 6.1 Movilidad de los Hogares

Es interesante observar la movilidad del hogar con respecto a su participación en la economía de mercado. Uno esperaría que los hogares con mayor movilidad se integran más cómodamente a la economía de mercado. La Tabla 3-32 ¿La Cabeza de Hogar tiene Planes de Moverse fuera de la Comunidad? nos presenta el porcentaje de hogares que tienen planes de irse de la comunidad en el futuro cercano. Se encontró que la gran mayoría de cabezas de hogar no tiene planes de irse (96.73%.) Este patrón permanece igual a través de la decisión del hogar en la participación en el mercado.

**Tabla 3-32 ¿La Cabeza de Hogar tiene Planes de Moverse fuera de la Comunidad?**

Tipo de Mercado	Si	No	Total
No participa	6.25	93.75	16
Fijo	5.04	94.96	119
Venta – Agric.	3.65	96.35	137
Otros ingresos	1.37	98.63	73
<b>Promedio</b>	<b>3.77</b>	<b>96.23</b>	<b>345</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio ROCC Sociocultural, 2003.

Otra manera de medir la movilidad del hogar dentro de la comunidad son sus lazos a otras comunidades en la cuenca. La mayor movilidad en la cuenca podría indicar el buen acceso a los

mercados y las redes que permiten su integración en la economía de mercado. Aproximadamente un promedio de 82% de los hogares indicaron que tienen la familia en otra comunidad de la cuenca. Esta figura fue del 67% para los hogares que reportaron no participar en la economía de mercado y era el más alto para los hogares que reportaron vender sus productos.

**Tabla 3-33 Familia en otras Comunidades de la Cuenca**

Tipo de Mercado	Si	No	Total
No participa	66.67	33.33	15
Fijo	75.42	24.58	118
Venta – Agric.	88.32	11.68	137
Otros ingresos	82.19	17.81	73
<b>Promedio</b>	<b>81.63</b>	<b>18.37</b>	<b>343</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

## 6.2 Acceso a Agua Potable

Uno esperaría que los hogares que son relativamente pobres tengan un menor grado de acceso al mercado debido a su habilidad limitada para viajar y obtener acceso a las redes locales. Sobre todo en comunidades que tienen una cantidad grande de actividades no-monetarias y a falta de un ingreso fijo, un buen indicador es el acceso del hogar a agua potable y saneamiento. Mientras la mayoría de los hogares indicó que ellos tenían acceso a saneamiento en el hogar (96%), un porcentaje significativo de hogares informó no tener agua potable (20%). La Tabla 3-34 Porcentaje de Hogares con Agua Potable nos presenta el porcentaje de hogares con acceso a agua potable, según las categorías de participación en el mercado. Interesante observar que de los hogares que informaron tener una fuente de ingresos fija, el 91% de ellos reportaron tener agua potable comparado con sólo el 37.5% de hogares que no participa en el mercado.

**Tabla 3-34 Porcentaje de Hogares con Agua Potable**

Tipo de Mercado	Si (%)	No 9%)	Total
No participa	37.5	62.5	16
Fijo	90.6	9.4	117
Venta – Agric.	82.35	17.65	136
Otros ingresos	69.01	30.99	71
<b>Promedio</b>	<b>80.29</b>	<b>19.71</b>	<b>340</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

## 6.3 Participación en Organizaciones Informales

Las Tablas 3-35 y 3-36 presentan el porcentaje de hogares que participan en el intercambio de trabajo y otras organizaciones de la comunidad. Los resultados indican que, en general, un 66% de los hogares participa en el intercambio de trabajo. Esto sugiere que los hogares dependen en gran medida de las redes informales y no-monetarias en la producción. Es interesante observar que el intercambio de trabajo es más bajo para los hogares que tienen una fuente de ingreso fija (49%).

**Tabla 3-35 Porcentaje de Hogares que Participan en el Intercambio de Trabajo**

Tipo de Mercado	Si	No	Total
No participa	71.43	28.57	14
Fijo	49.12	50.88	114
Venta – Agric.	70.07	29.93	137
Otros ingresos	84.51	15.49	71
<b>Promedio</b>	<b>66.07</b>	<b>33.93</b>	<b>336</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

Como nos indica la Tabla 3-36, un porcentaje grande de hogares (78%) participa en algún tipo de organización comunitaria. Este número es el más bajo entre los hogares que no participan en la economía de Mercado del lado de la producción y el más alto entre los que tienen Fuentes fijas de ingreso.

**Tabla 3-36 Participación en Organizaciones Comunitarias Locales**

Tipo de Mercado	Si (%)	No (%)	Total
No participa	68.75	31.25	16
Fijo	85.71	14.29	119
Venta – Agric.	74.45	25.55	137
Otros ingresos	75.34	24.66	73
<b>Promedio</b>	<b>78.26</b>	<b>21.74</b>	<b>345</b>

Fuente: Encuesta realizada por Abt Associates / Planeta Panamá. Estudio Sociocultural ROCC, 2003

En conclusión los resultados de esta sección indican que la economía de esta región se caracteriza por mecanismos económicos que no están relacionados al mercado. Los hogares tienen nexos fuertes con la región y su comunidad. Hay alguna evidencia que la decisión de los hogares de participar en la economía de mercado es afectada por características a nivel de hogares y comunidades. Éstos se exploran con mayor detalle en la siguiente sección.

## 7 Factores determinantes de la participación en el mercado.

En esta sección se desarrollará un modelo de regresión que mide los determinantes que afectan la decisión de un hogar de participar en el mercado desde el lado productivo. Un hogar puede participar en la economía de mercado del lado de la producción ya sea participando en el mercado de trabajo como empleado asalariado con ingreso fijo y mensual, o también como vendedor de sus productos en el mercado. Por consiguiente, las tres opciones que estarían disponibles para un hogar son: comercializar su producto, participar en el mercado laboral, o no participar en el mercado en absoluto. Este modelo puede ser estimado utilizando un modelo multinomial de logit. De todas maneras, en la información recabada aparecen muy pocos hogares que no participan en el mercado en lo absoluto, y esto hace que la estimación de este modelo multinomial sea más difícil. Teniendo esto en cuenta, se optó por estimar un modelo que mide los determinantes de la decisión de un hogar de participar en el mercado y por ende, obtener un ingreso fijo mensual. Este análisis también ha mostrado que las características de los hogares son diferentes para este grupo, comparándolo a otros que participan en la economía de mercado del lado productivo. En la literatura generalmente se encuentra que lo que normalmente se planifica es la decisión sobre el mercado laboral. Por consiguiente, según la literatura, el hogar

se planifica teniendo en cuenta dos opciones: participar en el mercado laboral siendo empleado a sueldo, o no participar en el mercado. La última categoría de hogares incluye los que no participan en el mercado en absoluto o que no venden sus productos en el mercado.

De un modelo de maximización de utilidad del hogar tenemos que,

$L_i^*$  = el nivel de utilidad indirecta para el hogar  $i$  de entrar al mercado laboral

$L_i = 1$  si el hogar  $i$  escoge participar en el mercado laboral

$L_i = 0$  si escoge no participar

Asumiendo que,

$$[1] \quad L_i^* = \mathbf{X}_i \mathbf{b} + \mathbf{h}_i$$

La probabilidad de que el hogar  $i$  participe en el Mercado laboral se da por:

$$[2] \quad \text{Prob}(L_i = 1) = 1 - F(-X_i \mathbf{b}) = 1 - \int_{-\infty}^{X_i \mathbf{b}} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt$$

en donde  $\mathbf{X}_i$  es el vector de las características del mercado laboral como lo percibe el hogar  $i$  y el vector de las características del hogar y la comunidad. La función probit es dada por ,

$$[3] \quad L = \prod_{i=0} F(-X_i \mathbf{b}) \prod_{i=1} (1 - F(-X_i \mathbf{b}))$$

Las características del hogar y la comunidad incluidas en  $\mathbf{X}_i$  incluyen el número de miembros de la familia que obtuvieron niveles de educación primaria y secundaria desglosadas por el número de miembros del hogar y por los indicadores de riqueza del hogar tales como los ahorros y el tamaño de la tierra. Las variables de la comunidad incluidas en la regresión son: la distancia a Penonomé y la presencia de mercados locales.

La Tabla 3-7 presenta la media y la desviación estándar de las variables incluidas en la regresión para la muestra completa y para la decisión del hogar de participar en el mercado laboral<sup>3</sup>. La variable dependiente en la regresión es una variable binaria igual a 1 si el hogar participa en el Mercado laboral y 0 si no participa. Para generar esta variable de prueba, se sumó el ingreso por empleo asalariado de todos los miembros del hogar. Si éste valor es mayor a 0 entonces a la variable de prueba se le asigna el valor 1, de lo contrario, se le asigna el 0. En la muestra, 33% de los hogares reportaron participar en el mercado laboral.

Un determinante importante en la decisión de un hogar a participar en el Mercado laboral sería el nivel de salario. La información obtenida en los talleres nos indica que los hogares no tienen una variedad considerable en el nivel de salarios, con un promedio de 3.75-4.00 balboas por día. Es por esto que esta variable no fue incluida en la regresión.

<sup>3</sup> Ver el apéndice 3 en donde se presenta un resumen detallado de las estadísticas, incluyendo el rango.

Uno de los factores que pueden afectar la decisión del hogar, o su habilidad de participar en el Mercado, es la riqueza. Hay varias variables incluidas en esta regresión que miden la riqueza del hogar, o en otras palabras, si son relativamente más pobres o más ricos. Una variable que sirve como buen indicador es los ahorros. La información sobre la cantidad de ahorros no fue suficiente e hicieron falta más observaciones. Es así como se creó una variable de prueba con un valor de 1 si el hogar reporta ahorros, y 0 si no. Sorprendentemente el porcentaje de hogares que reportaron tener ahorros fue más alto para los participantes que para los no-participantes.

El tamaño de la tierra está incluido en la regresión ya que es una buena medida de la riqueza de el hogar y también determina los lazos del hogar con la agricultura. Se espera que los hogares con un tamaño de tierra más grande deriven más sustento de ella. Sin embargo, el mayor tamaño de la tierra también determina la riqueza y puede significar una mayor movilidad de los miembros del hogar. Los datos indican que la propiedad de la tierra promedio de los participantes en el mercado laboral es algo menor (14.56 hectáreas) que el de los no-participantes (19.89 hectáreas).

A falta de una buena medida del ingreso, las variables estándar que se utilizan como reemplazos para identificar hogares pobres son el acceso a los retretes privados y al agua potable. En la muestra, casi todas las casas informaron tener acceso a una letrina con un tanque séptico. Sin embargo existe variabilidad en el acceso al agua potable. Por consiguiente, una variable de prueba fue creada. Esta es igual a 1 si el hogar tiene agua potable y 0 en caso contrario. Como era de esperarse, la Tabla de resumen nos muestra que mientras 91% de los hogares que participaron en el mercado laboral tenían acceso a agua potable, sólo el 75% de los no-participantes tenía acceso

Un indicador muy importante en la decisión del hogar de participar en el mercado laboral es el nivel de educación de sus integrantes. Se construyeron dos variables que miden el número de miembros del hogar con educación primaria y secundaria, dividido por el tamaño del hogar. Se espera que el nivel secundario de educación tenga un impacto mayor en los resultados del mercado laboral. Los datos indican que 21% de los miembros tenían educación secundaria entre los hogares que participan en el mercado laboral mientras que entre los que no participan, la cifra es de 8%.

Es probable que los lazos de una casa con la comunidad y su acceso a las redes locales tengan un impacto positivo en los miembros del hogar al obtener empleo. En la encuesta, se le preguntó a los miembros del hogar si alguien en su casa es miembro de una organización comunitaria. El resultado fue que en aproximadamente 22% de los hogares ninguno de sus miembros participa. Para los que participan en el mercado laboral, el porcentaje fue aún más bajo, con sólo el 14% reportando que no había ninguna participación en la comunidad. Esta figura fue de 25% entre las casas no participantes.

Otra variable importante que mide el acceso del hogar a los mercados, y que puede ayudar al hogar en la construcción de redes de acceso al mercado laboral, es la presencia de mercados locales. En la encuesta, cuando los hogares fueron preguntados acerca del uso de sus mercados locales, el 71% reportó no tener acceso. Se esperaría que los hogares que no tienen acceso a mercados locales participarán menos en el mercado laboral. Como se esperaba, el porcentaje de

hogares que no tiene acceso a mercados locales fue más bajo para participantes en el mercado laboral (65%) frente a los no participantes (73%).)

Otra variable a nivel de hogar que se incluye es el número de niños. Esta variable, según la literatura, es un determinante importante para la participación en el mercado laboral. La variable de comunidad incluida en esta regresión, es la distancia a Penonomé. Como se menciona arriba, los participantes de los talleres indicaron que Penonomé era un mercado importante para sus productos. La distancia a Panamá y a Colón también se incluyó en regresiones pero se encontró que no son significativas. Como se esperaba, la información indica que la distancia promedio de las comunidades a Penonomé es menor para los hogares que participan en el mercado laboral (27.65kms) si se compara con los hogares que no participan en el mercado laboral (39.15 kms.)

**Tabla 3-37 Resumen de Variables Estadísticas a través de Participantes y No-Participantes en el Mercado Laboral**

Descripción de la Variable	No Participantes (N=233)	Participantes del Mercado Laboral (N=112)	Muestra Total (N=345)
Participación en el Mercado Laboral	0	1	0.33 (0.47)
Infraestructura para Agua Potable	0.75 (0.43)	0.91 (0.29)	0.80 (0.40)
Cabeza de Hogar en Agricultura	0.88 (0.33)	0.53 (0.50)	0.76 (0.43)
Ahorro	0.80 (0.40)	0.57 (0.50)	0.73 (0.45)
Tamaño de la tierra (Hectáreas)	19.89 (29.78)	14.56 (28.28)	18.18 (29.37)
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Primaria	0.73 (0.23)	0.65 (0.23)	0.71 (0.23)
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Secundaria	0.08 (0.16)	0.21 (0.22)	0.12 (0.19)
Número de Niños	2.49 (1.88)	2.13 (1.93)	2.37 (1.90)
No Participación en Organizaciones Comunitarias	0.25 (0.44)	0.14 (0.35)	0.22 (0.41)
Distancia de Penonomé (Kms.)	39.15 (8.36)	27.65 (9.51)	35.23 (10.32)
Variable de No Mercados Locales	0.73 (0.44)	0.65 (0.48)	0.71 (0.46)

#### *Determinantes de Participación en el Mercado Laboral*

La ecuación de participación el Mercado Laboral [3] se estimó utilizando la probabilidad prohibitiva máxima. En la Tabla 3-38 se presentan los resultados de la regresión. Estos indican que los

determinantes principales de la decisión de un hogar para participar en el mercado laboral son la distancia a Penonomé y el resultado de la educación del hogar medido como la proporción de miembros que tienen educación secundaria. No se encuentra significancia en el nivel de educación primaria como factor determinante. Esto sugiere que comunidades que son más cercanas a Penonomé, por ejemplo las comunidades en Zona 1, probablemente participen más en el mercado laboral y están más integradas a la economía de mercado. También, los hogares con niveles de educación que superan la primaria tiene más posibilidades de entrar al mercado laboral. Esto sugiere que la educación es una variable importante que determina la habilidad de los hogares para integrarse en la economía de mercado.

Como se mencionó anteriormente, otro factor que es determinante para la decisión de los hogares de participar en el Mercado laboral es su acceso a redes locales por medio de organizaciones comunitarias locales. Los resultados de la regresión nos indican que los hogares que no tienen miembros que participan en organizaciones comunitarias locales tienen menos posibilidades de entrar al mercado laboral. Es interesante observar que los resultados indican que la ausencia de mercados locales no afecta significativamente las decisiones del mercado laboral.

Entre las variables que miden la riqueza del hogar, el ahorro es significativo pero tiene un efecto negativo en la decisión del hogar de participar en el mercado laboral. Se pensaría que los hogares más ricos tienen más movilidad y redes que los habilitan a acceder al Mercado laboral. Sin embargo, otro efecto que el ahorro conlleva es que provee una red de seguridad a los hogares. Es normal que los hogares con ahorros tengan una red de seguridad y no busquen empleo por fuera de su ocupación tradicional.

Una variable de reemplazo para identificar los hogares más pobres es el acceso que se tiene al agua potable. Los resultados indican que los hogares con agua potable son más propensos a participar en el mercado laboral, sin embargo este efecto es insignificamente marginal. Otra variable que se encontró y que tiene un efecto positivo en el hogar en su decisión de participar en el mercado laboral es el número de niños: entre más niños haya, hay más participación en el mercado. Este efecto, como se dijo anteriormente, es insignificamente marginal.

**Tabla 3-38 Determinantes de Participación en el Mercado laboral.**

La variable dependiente es la variable de prueba “= 1” si el hogar participa en el Mercado laboral y “= 0” si no participa.

Estimados de Máxima Probabilidad Probit (Efectos Marginales)

<b>Variable</b>	<b>Efectos Marginales</b>	<b>Estadística-T</b>
Infraestructura para Agua Potable (= 0 si no hay infraestructura)	0.12	1.32
Ahorro	-0.23**	-2.83
Tamaño de la Tierra (Hectáreas)	-3.7E-04	-0.33
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Primaria	0.07	0.29
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Secundaria	0.59**	2.05
Número de Niños	0.02	1.21
Variable de No Participación en Org Comunitarias (=1 si no hay participación)	-0.15*	-1.94
Distancia de Penonomé (Kms)	-0.02**	-5.15
Variable de No Mercados Locales (=1 si no hay mercado local)	-0.05	-0.59
Numero de Observaciones 251		
Wald Statistic Chi2 (9) = 100.74 Prob > Chi2 = 0.0000		
Observadas = 0.34		
Predichas = 0.29		

Note: \* denota significancia al nivel de 10%

\*\* denota significancia al nivel de 5%

Si aplicamos el modelo probabilístico resultante de acuerdo con la ecuación 2, se puede estimar el porcentaje de personas que participaría en el mercado laboral de acuerdo con cada zona. Los resultados muestran las mayores probabilidades para las zonas 1 y 6 (Alto Toabré y Coclé del Norte)

**Tabla 3-39: Muestra Probabilística**

Zona	Obs.	Probabilidad	Dev. Std
1	134	.4909432	.294772
2	28	.0895389	.0782336
3	11	.1618429	.0974473
4	18	.1048485	.177331
5	17	.1490168	.1918879
6	43	.2476286	.1406987

## 8 Conclusión

Este análisis nos muestra que los hogares encuestados de la zona tienen un buen grado de integración con la economía de mercado, tanto desde el lado de la producción como desde el lado del consumo. La mayoría de los hogares participa en la economía de producción ya sea vendiendo sus productos en el mercado o participando en el mercado laboral asalariado. Más aún, la mayoría de los hogares dependen del mercado para suplir sus necesidades de consumo. Sin embargo, comparándolas con las economías modernas completamente monetarizadas, los hogares en esta región también dependen en gran medida de su propia producción, en el trueque y en el intercambio. Similarmente, la naturaleza de la participación de los hogares en la economía de producción también varía. Un pequeño porcentaje de los hogares no participa en el mercado en absoluto y de los que participan, un número significativo de hogares no tiene miembros que estén en el Mercado laboral trabajando por un salario.

En particular, encontramos que en la Zona 1, la más cercana a Penonomé, y en promedio la que menor distancia tiene a un área metropolitana, es la más integrada a la economía de mercado. La Zona 1 es la que tiene un porcentaje mayor al promedio de hogares con miembros con educación secundaria y el mayor porcentaje de hogares con ingresos fijos y con los más altos promedios de ingreso fijo. Los hogares en la Zona 1 tienen el promedio más bajo de tenencia de tierras y el menor porcentaje de hogares con cabeza de hogar dedicado a la agricultura; los lazos con las ocupaciones tradicionales son, por ende, más débiles en relación a otras zonas.

Los resultados del análisis de regresión también exaltan la importancia de la cercanía de las comunidades a un área metropolitana, en la habilidad del hogar para acceder al mercado laboral y obtener un salario. Además, el estatus educativo de los hogares y sus lazos con la comunidad a través de su participación en organizaciones comunitarias locales, juegan un papel importante en su decisión de participar en el mercado laboral.

**Apéndice 1: Software Estadístico Utilizado para el Análisis**

Las Tablas incluidas en el presente informe se prepararon utilizando STATA 8.0, un software de análisis de datos estadísticos. Este software es ampliamente utilizado por los economistas dedicados al desarrollo, y es el preferido para el análisis de datos en el Banco Mundial. Para más información sobre este software, dirigirse a [www.stata.com](http://www.stata.com).

## Apéndice 2: Resumen de las Variables Estadísticas incluidas en la ecuación de Participación en el Mercado Laboral.

### A-2 Resumen de Variables Estadísticas incluidas en la ecuación de Participación en el Mercado Laboral

Descripción de la Variable	Número de Observaciones	Media	Desviación Estándar.	Minimo	Maximo
Participación en el Mercado Laboral	345	0.33	0.47	0.00	1.00
Infraestructura para Agua Potable	345.00	0.80	0.40	0.00	1.00
Cabeza de Hogar en Agricultura	357.00	0.74	0.44	0.00	1.00
Ahorro	347.00	0.72	0.45	0.00	1.00
Tamaño de la Tierra (Hectareas)	319.00	18.39	29.36	0.00	200.00
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Primaria	351.00	0.70	0.24	0.00	1.00
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Secundaria	351.00	0.13	0.19	0.00	1.00
Número de Niños	351.00	2.35	1.89	0.00	9.00
No Participación en la Comunidad	357.00	0.22	0.42	0.00	1.00
Distancia de Penonomé (Kms)	298.00	35.44	10.35	17.80	58.55
No Mercados Locales	345.00	0.70	0.46	0.00	1.00

**Apéndice 3: Matriz de Correlación de Variables de Regresión****Tabla A-3 Matriz de Correlación de Variables de Regresión**

Variable	Infraestructura para Agua Potable	Ahorro	Tamaño de la Tierra	Tasa de Miembros del Hogar con Educación Primaria	Tasa de Miembros del Hogar con Educación Secundaria	Número de Niños	No Participación en la Comunidad	Distancia de Penonome	No Mercados Locales
Infraestructura para Agua Potable	1								
Ahorro	0.11	1							
Tamaño de la Tierra	-0.0721	0.1059	1						
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Primaria	0.0203	0.0663	-0.0692	1					
Tasa de Miembros del Hogar con Educación Secundaria	0.1928	-0.0603	0.053	-0.707	1				
Número de Niños	-0.211	0.0373	-0.0985	-0.1216	-0.2342	1			
No Participación en la Comunidad	-0.0459	0.0524	-0.0506	0.1137	-0.1204	-0.0293	1		
Distancia de Penonome	-0.313	0.3243	0.2162	-0.0552	-0.2069	0.2246	0.0269	1	
No Mercados Locales	-0.0435	0.0312	-0.061	0.0787	-0.0255	-0.0409	-0.0158	0.0039	1