

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN EL **PARAGUAY**



Antecedentes

En Paraguay, al igual que en la mayoría de los países de América Latina en la década de los años 80, el trabajo de las Organizaciones No gubernamentales – ONGs, tuvo un rol muy importante en la promoción de sistemas de producción agroecológicos con pequeños productores

Antecedentes

Con los años, la producción agroecológica, (siempre de la mano de sectores no gubernamentales y privados) tuvo expansión; discreta en principio pero luego cobró fuerza con la creciente demanda de mercados internacionales, sobre todo de Europa y EEUU

Actualmente, en el país existen dos niveles de **producción agroecológica**:

- Por un lado, la producción certificada para exportación y por otro
- Los comités u organizaciones de pequeños productores/as que solo reciben avales técnicos de las instituciones que prestan asistencia técnica

Para exportación, el **azúcar de caña** encabeza a nivel nacional los rubros orgánicos; con una producción anual aproximada de 55.000 Toneladas que ubica al país como líder a nivel mundial de este rubro. Otros productos orgánicos como granos, algodón, se encuentran en expansión en la actualidad



Principales productos de exportación:

- Azúcar 55,000 tn
- Sésamo 850 tn
- Soja 720 tn
- Yerba mate 506 tn
- Cedrón Paraguay, cedrón capií, la stevia 250 tn
- Cáscara de naranja 50 tn
- Algodón 113 tn
- Esponja vegetal 40 tn

Las informaciones registradas sobre superficie y cantidad de productores son las siguientes:

Superficie de cultivo orgánico:

- En transición: 2,106 has
- Certificado: 839 has

Número de productores:

- Se estiman 3 000 productores certificados de caña de azúcar, ligados a ingenios azucareros
- 487 productores certificados de algodón, sésamo y otros rubros ligados a la empresa ARASY
- Comités de productores trabajando con ONGs: con ALTER VIDA, aproximadamente 1500 familias, con otras instituciones

Destino de la producción:

- Los principales países de exportación son los países europeos, Estados Unidos y Japón
- A nivel nacional hay un consumo muy bajo aún. Los productos que se consumen en la capital son los frutihortícolas. En zonas rurales se realizan Ferias
- La Asociación de Productores Orgánicos - APRO tiene un centro de comercialización en San Lorenzo el número de productores ronda los 200

A nivel local está instalado el debate sobre la escala de producción relacionada a los mercados (agronegocios) y sus impactos sobre la población rural

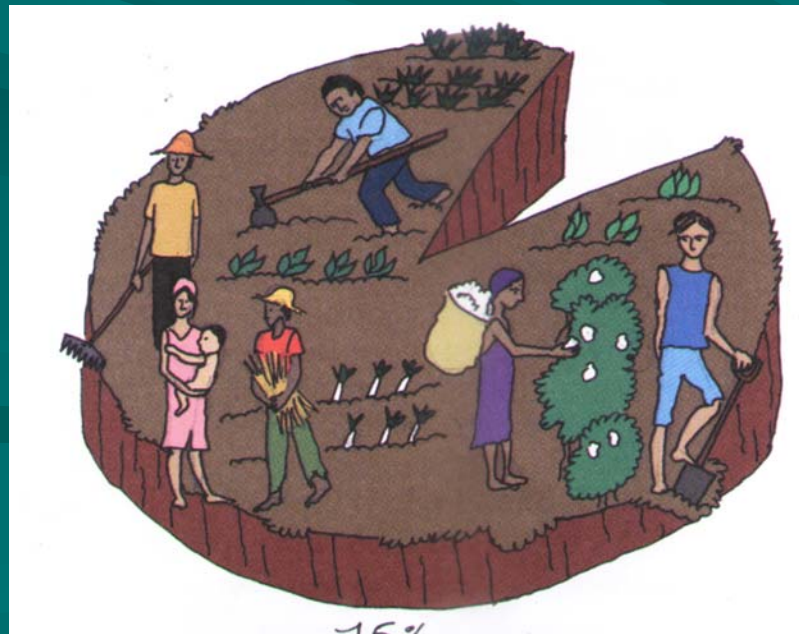
Organizaciones campesinas muy importantes reivindican la producción familiar y la defensa de la Soberanía Alimentaria



Si bien la **producción agroecológica** se adecua a la filosofía de la soberanía alimentaria, hay críticas por parte de algunos sectores sociales sobre la producción orgánica a gran escala, para exportación



No obstante, la mala situación económica del sector rural y la falta de alternativas laborales motivan que las bases de las organizaciones traten de aprovechar todas las oportunidades de producción, sean orgánicas o convencionales, provenientes de pequeñas empresas o de grandes empresas internacionales.



En este contexto y asumiendo la limitación de un mercado muy pequeño existen muchas iniciativas que tienen como objetivo fortalecer y ampliar el mercado orgánico, tanto a nivel local como de exportación



A nivel local las ONGs ponen su mayor empeño en lograr que las fincas familiares sean autosustentables a partir de una **producción agropecuaria bien diversificada**



Por otro lado, **empresas privadas apuestan a la producción orgánica** para exportación motivadas por el nicho comercial nuevo que representan, incluso algunas de ellas tienen los dos sistemas comerciales en forma paralela (orgánico-convencional)

Por su parte el sector gubernamental, por presiones tanto internas como externas se encuentra estructurando el sistema normativo y delineando un Programa Nacional de Promoción de la Producción Orgánica

Los grandes desafíos se centran en:

- La adopción del sistema agroecológico más allá de la dinámica del comercio mundial
- La compatibilización de intereses de los distintos sectores
- El incremento de consumidores a nivel local para el fortalecimiento del mercado

Experiencia de Comercio local acompañada por ALTER VIDA



Empresa asociativa ECOAGRO NATURALMENTE de la Asociación de Productores Orgánicos - APRO



Con los principios del Desarrollo Sostenible y el Comercio Justo, la **Asociación de Productores Orgánicos – APRO** se embarcó en un emprendimiento de comercialización asociativa de productos agroecológicos en el año 1999



En reuniones de comités de base, productores agroecológicos de distintos departamentos, analizaron las posibilidades de vender sus productos en forma diferenciada, es decir que se conozcan y valoren por su calidad de orgánicos.





Algunos comités estaban muy desanimados porque sus productos se vendían por los mismos canales que los convencionales sin que su esfuerzo se vea premiado con el reconocimiento de los clientes de la calidad natural.

El nivel de producción de algunas fincas era muy bueno y sus ventas locales no cubrían toda su oferta de productos. Quedaban excedentes de productos que no se podían colocar



En julio del año 1999 se iniciaron las primeras ventas asociativas. Se conformó la Asociación de Productores Orgánicos – APRO y se instaló la Comercializadora “Naturalmente”.



- La Asociación cuenta con aproximadamente 200 productores/as asociados
- Los productos que comercializan: frutas, hortalizas, semi-elaborados, azúcar, dulces, hierbas medicinales
- Canales de comercialización: ventas domiciliarias, supermercados, otros comercios

Objetivos del emprendimiento

Mejorar el bienestar integral de las familias de productores:

- Autoconsumo, alimentos más sanos y en cantidad suficiente
- Trabajo familiar
- Trabajo comunitario y organizado

2. Mejorar los ingresos

3. Establecer un canal de comercialización de rubros ecológicos a nivel de Asunción y alrededores

4. Fortalecer la autogestión empresarial de la Asociación de Productores

Organización interna de la empresa:

- Asesor en Comercialización y contabilidad de Alter Vida
- Gerente Operativo, asistente de ventas, auxiliar administrativo, chofer, ayudantes: Miembros de la asociación
- La APRO cuenta con una Consejo Directivo y un Consejo Ejecutivo
- La máxima autoridad lo constituye la Asamblea de socios

VISIÓN: La Comercializadora, administrada y gerenciada por la APRO en forma autogestiva, tiene un lugar preponderante en la comercialización de productos ecológicos a nivel nacional e internacional

MISIÓN: Ofrecer productos ecológicos de alta calidad a los consumidores



A través de la experiencia de los años y etapas pasadas se puede recoger las siguientes **reflexiones y aprendizajes de los productores**

El bienestar económico e ingresos satisfactorios solo se da con la **diversificación de los canales de venta:**

- En la Finca
- En la comunidad
- En la capital
- Rubros en volumen/ exportación



La comercializadora es una empresa de servicios



Se debe buscar en lo posible equiparar los precios de venta con los productos convencionales para poner al acceso de personas de menores ingresos





Se debe preparar/capacitar a los hijos o familiares para que se ocupen de la empresa

Selección e incorporación de socios productores en base a su actitud emprendedora



Los costos fijos deben asumirse con rubros más rentables (Ej. Azúcar) para pagar mejores precios a los productores





Se debe buscar la forma de mejorar la capacidad productiva (riego, media sombra, abonado)

Los socios deben conocer y responder a las demandas de los consumidores





Consolidar el capital operativo para pagos inmediatos a los productores

Es necesario trabajar más en la concientización de los consumidores





Gracias



Itapúa 1372 e / Primer Presidente

Tel: (595) 21 298 842 /3

Fax: (595) 21 298 845

www.altervida.org.py