



# ESTRATEGIA NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y AGROECOLÓGICA EN EL PARAGUAY

Marzo 2008

“Alternativa de Crecimiento Socio-económico y Sostenibilidad Ambiental”



UNIÓN EUROPEA



ESTRATEGIA NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LA  
PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y AGROECOLÓGICA EN EL  
PARAGUAY

“Alternativa de Crecimiento Socio-económico y Sostenibilidad Ambiental”

**Marzo 2008**

**ESTRATEGIA NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y AGROECOLÓGICA EN EL PARAGUAY.** “Alternativa de Crecimiento Socio-económico y Sostenibilidad Ambiental”. Marzo 2008.  
Elaboración del documento: Hebe González, Daniela Solís, Gustavo Esteche y Graciela Gómez.

### **COMITÉ TECNICO INTERINSTITUCIONAL**

#### **MAG**

Dirección General de Planificación  
Ing. Agr. Carmen Galdona  
Dirección de Política de la DGP  
Ing. Eh. Gustavo Esteche

#### **ALTER VIDA**

Dirección del Programa de Alter Vida  
Ing. Agr. Hebe González de Bóveda

#### **IICA**

Tecnología e Innovación  
Ing. Agr. Graciela Gómez

### **EQUIPO DE TRABAJO**

#### **MAG**

Ing. Agr. Doria Baranda  
Ing. Agr. Ursina Leguizamón  
Ing. EH. Venus Caballero  
Ing. EH Gustavo Esteche  
Ing. Agr. Norma Migone

#### **ALTER VIDA**

Ing. Agr. Hebe González de Bóveda  
Lic. Daniela Solís Ochoa  
Ing. Agr. Mario Paredes  
Lic. Edgar Duarte  
Ing. Agr. Ulises Lovera  
Ing. Agr. América González  
Sra. Lilian Caballero

#### **IICA**

Ing. Agr. Graciela Gómez  
Orlando Giménez

#### **Consultor Externo, MAG**

Ing. Agr. Henry Moriya

#### **Asesor en Producción Orgánica, IICA**

Dr. Pedro Cussianovich

#### **Asesor del MAG**

Ing. Agr. Mario León

#### **SENAVE**

Ing. Agr. Basilio Santacruz  
Ing. Agr. Hipólito Vidal

## Contenido

Abreviaturas y siglas.....	6
Reconocimientos.....	7
Presentación de las Instituciones Responsables de la Propuesta.....	8
Resumen Ejecutivo.....	11
Introducción.....	15
Metodología.....	17
Marco Conceptual.....	21

## Primera Parte

### *I- Producción Orgánica: una Tendencia Mundial en Crecimiento*

1.1. Evolución de la producción orgánica en el mundo.....	25
A. Mercado internacional.....	27
B. Interés de consumidores por alimentos sanos.....	29
C. Crecimiento de productos no alimenticios.....	29
1.2. Situación de la Producción Orgánica en América Latina.....	30
A. Crecimiento y características.....	30
B. Institucionalidad.....	30
a. Certificación y Regulación.....	31
C. Comercialización.....	31
1.3. Situación de la Producción Orgánica en el MERCOSUR.....	32
A. Crecimiento y características.....	32
B. Institucionalidad.....	32

### *II- Progreso de la Producción Orgánica en el Paraguay*

2.1. Antecedentes de la Producción Orgánica en el Paraguay.....	34
A. Primeros pasos hacia el mercado internacional.....	35
B. Instituciones y Empresas pioneras.....	35
C. Ambiente Institucional y Reglamentario.....	36
2.2. Situación Actual de la Producción Orgánica en el Paraguay.....	38
A. Principales Rubros y Mercados.....	38

## Segunda Parte

### **III- Construcción de la Estrategia**

3.1. Construcción de la Estrategia.....	41
3.2. Fundamentación de las líneas estratégicas.....	43
A. Potencialidades.....	43
a. Mercados de productos orgánicos en constante movimiento.....	43
b. Número importante de productores capacitados e Instituciones de asistencia técnica en el sistema de producción orgánica-agroecológica.....	44
c. Experiencias exitosas en el funcionamiento de cadenas productivas de rubros orgánicos.....	45
d. Gran cantidad de fincas familiares pueden ingresar al sistema orgánico agroecológico.....	45
e. Interés actual de instancias públicas por apoyar formas de producción sustentables.....	46
f. El país posee zonas naturales aptas para implementar el sistema orgánico – agroecológico.....	46
B. Limitaciones.....	47
a. La producción orgánica no esta institucionalizada ni incluida en las políticas públicas.....	47
b. Alta dispersión geográfica de los productores y débil estructura organizativa	48
c. Escaso acceso a créditos.....	48
d. Falta de incentivos.....	49
e. Insuficiente desarrollo tecnológico en la producción orgánica – agroecológica	50
f. Condiciones ambientales y territoriales amenazadas por otros sistemas productivos.....	50
3.3. Visión de la Producción orgánica en Paraguay al 2017.....	51

### **IV- Estrategia Nacional para la Promoción de la Producción Orgánica - Agroecológica en el Paraguay**

4.1. Descripción de la Estrategia.....	53
4.2. Áreas Estratégicas.....	54
A. Mercados.....	54
a. Desarrollo de Mercado Interno.....	54
b. Posicionamiento de Mercados Internacionales.....	56
B. Tecnología e Innovación.....	58
C. Desarrollo Organizacional.....	62
D. Sistema de Gestión de La Información y del Conocimiento.....	64
Funciones de entrada.....	65
Construcción del conocimiento.....	66
Funciones de salida.....	66

Eje de Capacitación.....	66
Eje de Concientización.....	66
Eje de Difusión de la Información.....	67
E. Incentivos y Financiamiento.....	68
F. Fortalecimiento Institucional.....	70
Acciones de Fomento.....	71
Acciones de Control.....	72
Coordinación de los actores del sector orgánico y agroecológico.....	72

## ***V- Agenda de Acciones***

5.1 Agenda de acciones .....	74
Presupuesto para el fortalecimiento a la investigación en el sector de la Producción Orgánica – Agroecológica.....	75
Listado de ofertas por parte del MAG.....	77

## ***Bibliografía***

## ***Anexos***

## Abreviaturas y Asignaturas

AO – Agricultura Orgánica  
AFC – Agricultura Familiar Campesina  
AZPA – Azucarera Paraguaya  
BNF – Banco Nacional de Fomento  
CAN- Censo Agropecuario Nacional  
CAH – Crédito Agrícola de Habilitación  
CONACYT- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología  
DCEA- Dirección de Censos y Estadísticas Agropecuarias  
DEA- Dirección de Educación Agraria  
DEAg – Dirección de Extensión Agraria  
DGP – Dirección General de Planificación  
DIA – Dirección de Investigación Agraria  
DIPA- Dirección de Investigación y Producción Animal  
DINCAP – Dirección Nacional de Coordinación y Administración de Proyectos  
FAO – Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación  
FCA- Facultad de Ciencias Agrarias  
IAN – Instituto Agronómico Nacional  
IFOAM – Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica.  
IICA – Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura  
INAN- Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición  
INTN- Instituto Nacional de Tecnología y Normalización.  
MAG – Ministerio de Agricultura y Ganadería  
MERCOSUR – Mercado Común del Sur  
MIC- Ministerio de Industria y Comercio  
OGs – Organismos Gubernamentales  
ONA- Organismo Nacional de Acreditación  
ONGs – Organizaciones no Gubernamentales  
PROCISUR – Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur  
SENACSA – Servicio Nacional de Saneamiento Animal  
SENAVE – Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas  
UE- Unión Europea  
UNCTAD- Conferencia de la Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo  
NOP- Normas de Producción Orgánica de los Estados Unidos

## Reconocimientos

El documento Estrategia Nacional para el Fomento de la Producción Orgánica y Agroecológica en el Paraguay, es el producto del esfuerzo conjunto de los técnicos de la Dirección General de Planificación del Ministerio de Agricultura y Ganadería, del Programa de Agroecología de Alter Vida y del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, constituido en un Comité Técnico Interinstitucional.

La elaboración de la Estrategia contó con el asesoramiento del Especialista en Producción Orgánica del IICA, Dr. Pedro Cussianovich en el proceso de definición de metodología y construcción de la propuesta, y la Coordinación a cargo del Consultor Externo del MAG Ing. Agr. Henry Moriya, quien brindó valiosos aportes, buscando sinergias entre el sector productivo empresarial y el MAG. Por el empeño, la dedicación y el esfuerzo puesto para el logro del documento, a todos ellos un especial reconocimiento.

Se agradece especialmente a las funcionarias de la DGP del MAG Ing. Agr. Doria Baranda e Ing. E.H. Venus Caballero por la conducción de los talleres participativos, los cuales aportaron los insumos básicos para el análisis de situación y la visión compartida de la producción orgánica y agroecológica en el Paraguay.

Especial reconocimiento a los responsables departamentales del Programa de Agroecología de Alter Vida: Ing. Agr. Celso Cubilla, Ing. Agr. Derlis Torales, Ing. Agr. Vilma Giménez y el Lic. Ramón Sosa. Así mismo a los numerosos talleristas, informantes calificados, representantes de empresas, participantes en las numerosas reuniones de trabajo de los sectores público, privado, ONGs y académicos por sus aportes en conocimiento e informaciones básicas para el análisis del estado y perspectivas de la producción orgánica y agroecológica.

Se reconoce el apoyo del Ing. Agr. Mario León del MAG, quien brindó importantes orientaciones para la implementación de la Estrategia en el corto plazo, en el marco de los Proyectos con que cuenta el MAG así como posibilitó la inclusión de la producción orgánica en el censo agropecuario próximo a realizarse.

Finalmente se agradece a la Ing. Agr. Noma Migone del MAG y al Ing. Agr. Hipólito Vidal del SENAVE, por su contribución técnica; así como a cada uno de los funcionarios del MAG, IICA y de Programas y Proyectos de Alter Vida que apoyaron todas y cada una de las actividades realizadas.

## Presentación de las Instituciones Responsables de la Propuesta

### PRESENTACIÓN MAG

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) de la República del Paraguay, comprende que la producción agropecuaria orgánica-agroecológica es una alternativa de producción diferenciada, capaz de generar ingresos diversificados en el sector de la agricultura familiar, contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de vida de quienes forman parte de este importante segmento productivo y al mismo tiempo ocupar la mano de obra en el cuidado del ambiente, generando ingreso de divisas al país.

El MAG se encuentra en una etapa de transición en la definición de sus nuevas Políticas y Estrategias focalizadas hacia el sector rural, en la cual la búsqueda de nuevos mecanismos de adopción e innovación de tecnologías conservacionistas, amigables con el ambiente marcan un nuevo rumbo de ejecución hacia el desarrollo rural con responsabilidad social.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – (FAO) y otras organizaciones internacionales consideran a la Agricultura Orgánica como una “Herramienta” para el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza (FAO, 2003), y los principios de la Agricultura Orgánica están en concordancia con la mayoría de los “Objetivos de Desarrollo del Milenio”: erradicar la pobreza extrema y el hambre, promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud materna, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, fomentar una asociación mundial para el desarrollo (FAO, 2007).

Ante esta coyuntura, la producción agropecuaria orgánica - agroecológica ocupa un espacio importante en la agenda agraria nacional impulsada por el MAG. El Ministerio de Agricultura y Ganadería, ha desarrollado nuevos paradigmas para la asistencia a la Agricultura Familiar, en concordancia con la múltiple realidad y condiciones en la que se desarrolla la Agricultura Familiar Paraguaya, reemplazando el enfoque tradicional por rubros utilizados en la asistencia, por el enfoque integral y sistémico; avance que ha permitido incorporar el enfoque de género, el aspecto ambiental y la multiplicidad de las actividades agrícolas, que anteriormente no podían ser abordadas por los programas de asistencia oficial.

Es así que, en concordancia con lo expuesto, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) conjuntamente con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el Centro de Estudios y Formación para el Ecodesarrollo (Alter Vida) y otros actores de la sociedad, han ejecutado una serie de acciones tendientes a la elaboración participativa de la “Estrategia Nacional para el Fomento de la Producción Orgánica-Agroecológica”.

Ing. Agr. Carmen Galdona  
Directora General  
Dirección General de Planificación – DGP / MAG

## PRESENTACIÓN ALTER VIDA

El Centro de Estudios y formación para el Ecodesarrollo ALTER VIDA es una organización civil sin fines de lucro comprometida con el desarrollo sustentable, generadora de propuestas técnicas y políticas, reconocida por la calidad de su gestión. Su Misión es generar conocimientos, propuestas y acciones ambientales, solidarias y equitativas para un Paraguay sustentable.

En el marco del Proyecto “Alternativas a la Pobreza Rural en el Paraguay: Consolidar el Mercado Orgánico y sus Estructuras Organizativas”, apoyado por ICCO de Holanda y la Unión Europea, la institución ha acompañado el proceso de elaboración de la presente *Estrategia y Plan Nacional de Producción Orgánica en el Paraguay* con el fin de aportar a la construcción de un instrumento cuya implementación va a redundar en beneficio del sector orgánico-agroecológico del país, siendo a su vez, una iniciativa acorde con la *Ley de Fomento y Control de la Producción Orgánica* próxima a ser promulgada.

Alter Vida se encuentra asistiendo técnicamente a familias productoras con un enfoque agroecológico, vale decir, abarcando la realidad productiva y promoviendo aspectos coincidentes con el desarrollo sustentable, como el cuidado del ambiente, la viabilidad económica y la justicia social. En este sentido, considera a la agricultura orgánica como la herramienta más adecuada para llevar adelante una producción sustentable y para mejorar los ingresos de los pequeños productores/as, a través del acceso a mercados diferenciados, previa certificación de los productos.

El requerimiento de la institucionalización de la producción orgánica y agroecológica nace de la necesidad de contar con un marco referencial nacional que guíe procesos de fomento de la actividad, de regulación y articulación formal de sectores que activan en la misma. La coordinación de sectores involucrados en la producción orgánica y agroecológica debe darse para el fortalecimiento de la actividad.

Alter Vida en su conjunto y el Programa Agroecología en especial, llevamos adelante esa premisa en la implementación del proyecto apoyado por ICCO y la Unión Europea, en el cual el énfasis está puesto en crear vínculos y alianzas con el sector público y privado para la apertura de espacios de acercamientos, donde empresas con responsabilidad social y ambiental, cooperativas, organizaciones de productores/as puedan establecer acuerdos, negociaciones en un marco de cooperación y beneficio compartido.

De la misma manera, el acercamiento a instituciones del Estado responde a la finalidad de aportar al desarrollo de la agricultura familiar, y posibilitar mayor visibilidad de la producción orgánica y agroecológica, como una alternativa viable para el mejoramiento económico de familias campesinas, así como de su calidad de vida.

Hebe González de Bóbeda  
Directora del Proyecto ICCO/UE

Víctor Benítez Insfrán  
Director Ejecutivo – ALTER VIDA

## PRESENTACIÓN IICA

En Mayo de 2007, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, MAG, el Centro de Estudios y Formación para el Ecodesarrollo, Alter Vida, y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, se comprometieron, mediante un Convenio de Cooperación Técnica, a unir esfuerzos y capacidades para ejecutar acciones coordinadas para la promoción de la producción orgánica en el Paraguay impulsando la elaboración de una estrategia nacional, e instalando una instancia multisectorial, con la participación de los diferentes sectores involucrados en la cadena.

Producto de esta alianza es el documento *Estrategia Nacional para el Fomento de la Producción Orgánica y Agroecológica en el Paraguay*, que se presenta, elaborado en base a relevamientos de informaciones mediante la realización de talleres regionales y sectoriales participativos de productores, organizaciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, especialistas en innovación y tecnología; así como entrevistas semiestructuradas a informantes calificados, relevamiento de informaciones mediante reuniones. Se realizaron debates altamente participativos entre representantes de industrias, empresas certificadores y exportadores ligados a la cadena de la producción de orgánicos y agroecológicos, y el relevamiento de informaciones sobre antecedentes de la producción orgánica nacional, regional e internacional, así como de países de Latino América donde el IICA ha realizado trabajos similares. Esta iniciativa ha posibilitado tener una información acabada de las potencialidades y limitaciones de esta alternativa de producción en el país.

La propuesta cuenta con una visión y áreas estratégicas definidas, con objetivos, lineamientos y acciones con miras a implementarlos en el corto, mediano y largo plazo. La misma fortalecerá a este sector de la producción agrícola, y al mismo tiempo servirá como un elemento más de aporte al proceso de construcción de la Política de Estado para el sector Agro Rural, que se está llevando a cabo con la participación del sector privado.

Dr. Alex Barril García  
Representante del IICA

## Resumen Ejecutivo

La importancia del comercio de productos orgánicos a nivel internacional incentiva a cada vez más países, empresas y productores a involucrarse en este sector. Las elevadas tasas de crecimiento de este comercio que están entre 20 y 50 % anual en los últimos 10 años en EEUU y Europa, justifican el interés creciente por la producción de rubros orgánicos. En el año 2005 el monto de las negociaciones representó US\$ 33 billones, cifra muy importante pero que no representa aún el 3 % del mercado de productos convencionales; lo que da una idea de las oportunidades potenciales por desarrollar y el gran margen de crecimiento existente. Más de 1500 productos orgánicos pueden encontrarse en comercios de Norteamérica, Europa y Japón que son comercializados a precios más elevados que otros productos por la calidad certificada.

América Latina participa de este movimiento comercial en una proporción importante, pues el 24 % de la superficie mundial dedicada a la producción orgánica se encuentra en esta región; sin embargo esta participación tiene más protagonismo en la oferta que en la demanda, por el nivel de desarrollo de los mercados locales, cuyo crecimiento es otro desafío pendiente en los países de la región. Los principales productos alimenticios proveídos a los grandes mercados orgánicos internacionales son: frutas frescas, vegetales, café, cacao, azúcar, cereales y harinas, aceites vegetales y oleaginosas, carne, entre otros.

En la Región del MERCOSUR ampliado, la superficie de tierras bajo certificación orgánica representan el 1,17% de la superficie agrícola total, distribuidas como sigue: Argentina, con 2.800.000 hectáreas, Uruguay 680.000 hectáreas, Brasil 800.000 hectáreas, Bolivia 19.000 hectáreas, Chile 603.000 hectáreas y Paraguay 59.600 Has.

En Paraguay<sup>1</sup>, la superficie bajo manejo orgánico representa aproximadamente el 0,37% de la superficie agrícola utilizada, y ocupa a 12.000 productores; en cuanto a la producción agroecológica se relevaron 20.944 Has y 38.490 productores bajo este sistema. La producción agroecológica representa un potencial importante para la comercialización por su posibilidad de acceso a la certificación e inserción a mercados diferenciados. La producción nacional certificada y exportada tiene como rubro principal al azúcar orgánico, cuyo valor de exportación en el 2006 alcanzó 27 millones de dólares americanos, así mismo se comercializan otros productos como sésamo, yerba mate, fibras y prendas de algodón así como esencias y hierbas medicinales. La producción agroecológica por su parte es comercializada en el mercado interno, en supermercados, ferias de distintas comunidades y está compuesta principalmente por rubros hortifrutícolas, tradicionales y algunos elaborados.

---

<sup>1</sup>.MIC. Producción Orgánica del Paraguay. 2008

El impulso inicial a la producción orgánica en el país y su comercialización lo han dado las empresas privadas, las que con el incremento de la demanda internacional han propiciado la expansión de las superficies de cultivo y el aumento del número de familias involucradas; la producción agroecológica por su parte ha crecido a partir del trabajo de las ONGs en la difusión de propuestas alternativas para mejoramiento de la calidad de vida de las familias rurales.

En términos amplios, se debe mencionar como participantes en esta paulatina expansión a otros actores fundamentales tales como: asociaciones de productores, cooperativas, cooperantes internacionales, comercializadoras, agencias certificadoras, y algunas iniciativas estatales del sector agrícola como la inclusión de la comercialización de productos orgánicos en ciertos proyectos (Centrales Privadas de Servicios de Comercialización - Programa de Tecnificación y Diversificación de la Producción Campesina, ejecutada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería)

Si bien la expansión a lo largo de los años - en líneas generales - ha sido constante, también se han verificado retracciones como lo ocurrido con la superficie de siembra de la producción orgánica en el 2007 que declinó en un 32% con relación a los dos últimos años (2006 y 2005) en que fueron sembradas aproximadamente 90,000 hectáreas. Esto debido, quizás, no solamente al mercado sino también a una serie de limitaciones frente a los requerimientos reales y crecientes que demanda su desarrollo.

Asumiendo la necesidad de implementar acciones más estructuradas y organizadas para el crecimiento del sector orgánico y agroecológico en el país, se firmó el convenio entre el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el IICA y la ONG Alter Vida con la finalidad de elaborar la *Estrategia Nacional para el Fomento de la Producción Orgánica y Agroecológica*, dentro de un proceso participativo que culmine con el establecimiento de líneas o áreas estratégicas y la definición clara de roles en el proceso de construcción de la institucionalidad.

La presente propuesta nace como respuesta a las limitaciones y potencialidades relevadas de los talleres regionales y sectoriales realizados, así como de encuestas y entrevistas a informantes calificados y actores involucrados (empresarios, consumidores, certificadoras, comercializadoras). El análisis de estas informaciones fundamenta la propuesta de las Áreas Estratégicas a ser llevadas a la acción. Las POTENCIALIDADES encontradas son las siguientes: *Mercados de productos orgánicos en constante crecimiento; Número importante de productores capacitados e instituciones de asistencia técnica en el sistema de producción orgánico - agroecológico; Experiencias exitosas en el funcionamiento de cadenas productivas; Gran cantidad de fincas familiares pueden ingresar al sistema orgánico-agroecológico; Interés de instancias públicas por apoyar formas de producción sustentables; El país posee zonas naturales aptas para implementar el sistema orgánico y agroecológico.*

En cuanto a las LIMITACIONES se detectaron: *La producción orgánica no está institucionalizada ni incluida en las políticas públicas; Alta dispersión geográfica de los productores y débil estructura organizativa; Escaso acceso a créditos; Falta de incentivos; Insuficiente desarrollo tecnológico en la producción orgánica-agroecológica; Condiciones ambientales y territoriales amenazadas por otros sistemas productivos.*

Se ha analizado que las potencialidades representan una oportunidad muy grande que inclinan positivamente la balanza hacia la acción y las limitaciones son desafíos a ser encarados con el liderazgo Estatal y el apoyo de todos los sectores involucrados.

La Estrategia de Fomento ha definido AREAS ESTRATEGICAS a través de las cuales se abordarán las demandas y darán respuestas a las necesidades planteadas por los distintos sectores, además se fomentará la actividad como una alternativa de mejoramiento económico del sector agrícola.

Las Áreas Estratégicas definidas para la intervención son: *Mercado Interno y Externo; Tecnología e Innovación; Desarrollo Organizacional; Sistema de Gestión de la Información y del Conocimiento; Incentivos y Financiamiento; Fortalecimiento Institucional.*

Para la puesta en práctica de la *Estrategia Nacional de Fomento de la Producción Orgánica y Agroecológica* es indispensable establecer una *Institucionalidad*, que se fundamente en los roles naturales de las instituciones involucradas, así como en las interacciones que deben darse entre los diferentes sectores, estructurándose de la siguiente manera:

- Institucionalidad responsable del Fomento: Según la Ley próxima a ser sancionada, la institución responsable del fomento de la actividad orgánica es el Ministerio de Agricultura y Ganadería, quien para el efecto incluirá esta actividad en los proyectos actuales en ejecución así como en la formulación de futuros proyectos para la promoción del sistema y asignará recursos para su implementación; de la misma manera, podrá llevar adelante actividades para la implementación de la presente Estrategia en convenio con instituciones privadas de asistencia técnica – ONGs y empresas privadas. Además se buscará complementos técnicos y financieros con cooperantes internacionales que amplíen las posibilidades de impacto y de cobertura de los servicios a ser brindados.

- Institucionalidad responsable del Control: Se encuentran establecidas según la Ley con estos roles, el SENAVE para el sector agrícola y el SENACSA para el sector animal; ambas instituciones tienen a su cargo desarrollar las normativas requeridas, hacer cumplir las leyes y resoluciones que rigen la actividad orgánica así como el registro de empresas certificadoras que operarán en el país y la articulación con organismos de acreditación.

- Instancia Multisectorial: se prevé la conformación de esta instancia que reúna a actores de la sociedad civil pertenecientes al ámbito productivo, industrial y comercial orgánico-agroecológico. Estará conformada por representantes de los diferentes sectores tales como: organizaciones de productores, empresas privadas, ONGs, cooperativas, certificadoras, investigadores etc. Dicha instancia tendrá la función principal de acompañar el desarrollo de la Estrategia, velar por las necesidades de sus sectores, así como articular y coordinar acciones con las demás instancias en el plano productivo y comercial. Será un ente privado independiente pero vinculado al sector público que promoverá alianzas para la ejecución de las acciones.

La puesta en marcha de la *Institucionalidad* y la ejecución de las *Áreas Estratégicas* permitirán el acercamiento a la *Visión* elaborada y propuesta para el 2017 por todos los participantes de los talleres llevados a cabo en el proceso de construcción de la propuesta.

Es importante mencionar que se ha iniciado preliminarmente la implementación de la Estrategia a través del relevamiento de las *ofertas* actuales del Ministerio de Agricultura y Ganadería en cuanto a investigación y otros servicios que pueden aplicar en el ámbito orgánico y agroecológico que son concordantes con las *Áreas Estratégicas*. Así mismo se han identificado los Programas y Proyectos actualmente en ejecución o próximos a implementarse en los cuales esta temática puede insertarse y beneficiar en forma inmediata a la agricultura familiar, enfoque prioritario del MAG, en apoyo al fortalecimiento de cadenas productivas. En el mismo sentido, se promovieron alianzas público-privadas para avanzar en la investigación de temas específicos que demanda la empresa privada.

## Introducción

La economía paraguaya ha girado históricamente en torno al sector agropecuario, en el que hoy existe una caracterizada dualidad entre los sistemas de producción fundados en el modelo agro exportador y en la agricultura familiar. En el aspecto social, en especial en el sector de la agricultura familiar, opciones alternativas de crecimiento económico mediante la agricultura en su término ampliado se ha visto limitado, por lo que se aprecia la necesidad de apelar a la combinación de modelos sostenibles y equitativos para acompañar al desarrollo del país.

En este sentido, la producción orgánica-agroecológica, es vista como una alternativa para lograr el acceso al mercado de las unidades productivas de la agricultura familiar. Además, representa una herramienta enérgica para que la agricultura familiar paraguaya, vaya adoptando prácticas que conlleven a la trazabilidad del producto, así como la implementación gradual de las buenas prácticas agrícolas (BPA) y buenas prácticas de manufactura (BPM), requisitos para el acceso a los mercados más exigentes de los países desarrollados y en especial los mercados diferenciados, espacios propicios para ubicar los productos orgánicos-agroecológicos.

En Paraguay, se estima que existen unas **59.600 hectáreas de producción bajo régimen orgánico** que involucran a unos **12.000 productores** y productoras y en proceso de transición unas **20.944 hectáreas bajo la modalidad agroecológica**, con la participación de **38.490 productores/as**.

La producción orgánica no debería ser vista con “apasionamiento” como la única opción de producción, pero es una alternativa emergente viable actual para más de 40 mil productores y productoras que podrían perfectamente acoplarse a este sistema productivo. Además, no es una oportunidad potencial, es una realidad atendiendo a que solo en concepto de azúcar orgánica, se ha exportado por un valor cercano a los 27 millones de US \$ en el 2006. Desde el punto de vista comercial, la producción orgánica es una estrategia de marketing de diferenciación que conlleva

al mejoramiento de la calidad de vida del productor, de su familia y de la sociedad en general.

La producción orgánica-agroecológica, además de ser un medio para acceder a mercados diferenciados, es una manera sana y sustentable que tiene el pequeño productor paraguayo de ejercer su derecho a subsistir dignamente dedicándose a su actividad principal en armonía con el ambiente.

El negocio es tanto para el productor grande, como para el mediano y el pequeño; sin embargo se buscará apoyar a la agricultura familiar en la política del MAG, priorizando las categorías más vulnerables y con menores posibilidades de articularse a los mercados de forma individual y poco organizada, sin descuidar aquellos elementos necesarios y comunes para todos los actores y avanzar en el logro del posicionamiento en los espacios más adecuados como lo son el desarrollo tecnológico, el marco regulatorio y la institucionalización requerida.

Como una propuesta viable, surge la agricultura orgánica-agroecológica, impulsada por varias empresas e instituciones en el país, muchas de ellas con apoyos financieros importantes, sin que dispongan al menos de espacios de intercambios de informaciones o instancias de coordinación, en la cual algunas de éstas sostienen una filosofía abarcante a la propia realidad del pequeño productor/a, implementando a nivel de las familias rurales, principios muy beneficiosos para la producción y el relacionamiento con el entorno natural como lo es sin duda la producción orgánica-agroecológica.

Existen en distintas regiones del país emprendimientos de producción orgánica - agroecológicas que esperan un reconocimiento por el rol desempeñado hasta la fecha en la promoción y crecimiento de la actividad, que no solamente ha promovido una mejor calidad de vida a nivel familiar, sino que se encuentran generando importantes ingresos de divisas al país a través de las exportaciones tanto de materia prima como de productos elaborados.

En tal sentido se puede mencionar al sector azucarero, yerbatero, de granos, de especias y actualmente al rubro de algodón orgánico en paulatino crecimiento.

En cuanto al mercado interno, el impacto social y económico de esta alternativa a través de las ferias y los comercios generan un importante movimiento a nivel de las comunidades que debe ser potenciado como alternativa para la generación de ingresos y el bienestar de las familias campesinas. Ésta actividad beneficia directamente a todos los miembros de las familias rurales, los consumidores y por extensión a la sociedad en su conjunto, la recomposición de valores sociales y la recuperación de los recursos naturales es un beneficio para todo el país.

Por tal motivo, MAG, del IICA y de Alter Vida, en el marco de un convenio entre las tres instituciones, con el apoyo del Comité Técnico Interinstitucional se

elabora la presente *alternativa de crecimiento socio-económico y de sostenibilidad ambiental*, como propuesta de Estrategia Nacional del Fomento de la Producción Orgánica-Agroecológica en el Paraguay.

Esta propuesta está estructurada en dos partes, en la primera se desarrollan los aspectos generales del crecimiento del sector a nivel mundial, regional y nacional, así como características de la reglamentación y la institucionalidad; en la segunda parte se presenta el proceso de construcción de la estrategia basado en las potencialidades y limitaciones señaladas en los talleres participativos, así como una visión conjunta para el 2017 de la producción orgánica-agroecológica del país. En base a esto, se elabora un diagnóstico y se desarrollan las áreas estratégicas: Mercados, Tecnología e Innovación, Organización, Sistema de Gestión de la Información y del Conocimiento, Incentivos y Financiamiento, Fortalecimiento Institucional, a ser implementadas con el involucramiento de sectores públicos y privados.

## Metodología

El plan de trabajo para la construcción y elaboración de esta propuesta con bases sólidas, se llevó a cabo a través de la utilización de varias herramientas metodológicas, que posibilitó la participación de diferentes actores involucrados en la cadena de la producción orgánica – agroecológica, mediante el cual se detectó la realidad del país en cuanto a las potencialidades y a las limitaciones existentes, así como la perspectiva del sector dentro de los próximos 10 años.

Durante el proceso de construcción y elaboración de la propuesta fueron relevados informaciones con:

### DATOS PRIMARIOS

- Talleres regionales con actores claves
- Entrevistas personales a actores calificados
- Encuestas a actores de diversos sectores.

### DATOS SECUNDARIOS

- Revisión documental y bibliográfica
- Trabajo con la asesoría de un experto internacional del IICA.

## GENERACION DE LOS DATOS PRIMARIOS

Para el efecto se realizaron **5 talleres regionales y 2 talleres sectoriales** con la participación de los principales actores en las zonas, obteniendo un total de **403 participantes**. Así mismo se realizaron 4 reuniones de trabajo con: Instancias del Sector Público, Investigadores y Técnicos de los Centros Experimentales del MAG, Sector Empresarial y con Empresas Certificadoras con un total de **147 participantes**, totalizando 550 participantes en éste el proceso.

## TALLERES REGIONALES Y SECTORIALES

Categoría de Instituciones participantes:

- Organizaciones campesinas
- Empresas privadas
- Organizaciones gubernamentales, locales y nacionales
- Organizaciones internacionales
- Instituciones educativas
- Técnicos del sector
- Productores independientes
- Consumidores
- ONG's
- Empresas certificadoras

Los referidos talleres participativos fueron realizados conforme se indica en el siguiente cuadro:

Departamento	Ciudad	Local de realización	Departamentos y Organizaciones participantes	Nº de participantes
<b>Guairá</b>	Villarrica	Gobernación de Guairá	Guairá y Caazapá	68
<b>Caaguazú</b>	Caaguazú	Municipalidad de Caaguazú	Caaguazú y Alto Paraná	67
<b>Cordillera</b>	Caacupé	IAN en Caacupé	Cordillera, Central y Paraguari	47
<b>Misiones</b>	San Ignacio	Aula de la Universidad Católica de San Ignacio	Misiones y Ñembucú	67
<b>San Pedro</b>	San Estanislao	Casa Parroquial del Municipio de San Estanislao (Santani)	San Pedro y Concepción	67
<b>Central</b>	Asunción	CIPAE	ONGs	44
<b>Central</b>	San Lorenzo	Salón de Actos de la Dirección de Extensión Agraria	OGs	43

Es de señalar que en cada una de estas actividades fueron elegidas en Plenaria cinco representantes, con la finalidad de dar seguimiento a sus propuestas participando de los talleres de Retroalimentación y de Validación de la propuesta.

### Los Objetivos de los Talleres fueron:

1. Identificar las limitaciones, potencialidades y propuestas de acción del sector para la Producción Agraria Orgánica y Agroecológica.
2. Identificar los factores y condiciones necesarias para el establecimiento del sector Orgánico y Agroecológico como una alternativa válida de crecimiento y desarrollo de la población rural y demás actores involucrados.
3. Facilitar el establecimiento y/o fortalecimiento de alianzas estratégicas entre los actores del sector y puntos de convergencias de estas alternativas.

### Metodología del Taller:

Para el desarrollo de los talleres participativos se contó el concurso de dos técnicas especialistas del MAG para la moderación de los mismos: Ing. Agr. Doria Baranda y Ing. EH. Venus Caballero que fueron apoyadas por el Lic. Edgar Duarte y la Ing. Agr. América González en tres talleres.

La primera parte del taller se centró en la obtención de una visión común al año 2017 en base a una lluvia de ideas que posteriormente sirvió como insumo para elaborar una visión participativa y en la identificación de las potencialidades y las limitaciones que tiene el sector.

En la segunda parte se definieron las principales líneas políticas, agrupando en cada una de ellas las potencialidades y las limitaciones tomando en cuenta la relación que existe entre las mismas. Inicialmente se logró identificar 10 líneas políticas: Desarrollo Tecnológico, Acceso a Mercado Interno, Acceso a Mercado Externo, Financiamiento, Capacitación, Institucionalidad, Información y Comunicación, Incentivos, Ambiental y Territorial, Organización, que en el proceso se fueron reagrupadas y fusionadas, quedando 6 en la presente propuesta.

En los talleres de las OG's y ONG's se abrió un espacio para que los participantes definieran las líneas de acción a seguir del sector orgánico – agroecológico, contribuyendo a la definición de ideas claves para la construcción de la estrategia.

### REUNIONES DE TRABAJO:

Así mismo, fueron realizadas reuniones de trabajo con **Organismos Gubernamentales** con la finalidad de socializar a los directivos de cada Institución las principales demandas obtenidas de los talleres según las líneas políticas estratégicas, para posteriormente obtener y definir las ofertas que cada organismo podría aportar a la construcción de la agenda de la Estrategia. Participaron Instituciones como: MIC, SENAIVE, SENACSA, INTN, CONACYT, ONA.

Así mismo, se realizó una reunión de trabajo **Especialistas en Tecnología e Innovación** (investigadores de campos experimentales y del Instituto Agronómico Nacional del MAG), con la misma finalidad, presentar las demandas de investigación del sector y obtener la posible respuesta por parte de las Instituciones e investigadores así como las ofertas tecnológicas de los diferentes centros experimentales.

Una vez contando con una oferta real por parte del Ministerio y sus diferentes instancias que lo integran, se realizó una reunión con **Representantes de Empresas Productoras y Exportadoras** para presentar la finalidad de la estrategia, presentar la postura del Ministerio frente a la oportunidad de establecer una agenda conjunta a través de alianzas público- privadas que fortalezcan al sector de forma coordinada y participativa. Los asistentes fueron: Seda & Fibras, AZPA, ShiroSawa, Manufacturas Pilar, Lauro Raatz S.A, Empresa Agroecológica La Rubia, Yerba Pajarito, Arasy Orgánica (Aratex), SER, Azucarera Iturbe, Paraguay Vende, Censi y Pirota, Centro Azucarero.

Se llevó a cabo una reunión de trabajo con los **Representantes de Empresas Certificadoras** que activan en el país. Las empresas asistentes fueron: Okö Garantie, Certeza, Eco Guaraní, Ceres/Latinorgánica, Cictec / Ecocert.

### Entrevistas a informantes calificados:

Para recabar mayor información, se elaboró un cuestionario como guía para identificar la situación de la producción orgánica-agroecológica a nivel nacional, y la percepción de diferentes actores claves que están vinculados con el tema de manera protagónica. Se realizaron 20 entrevistas.

### Levantamiento de datos:

Se llevó a cabo un levantamiento de datos de los comités y productores agroecológicos con el fin de obtener datos sobre la realidad del país y de las diferentes zonas, así como los principales rubros de producción, número de hectáreas destinadas a la actividad y volumen aproximado, asistidos por instituciones privadas y localizados en los distintos departamentos del país.

Así mismo se consultaron a los representantes del SENAVE, empresas certificadoras y empresas privadas sobre los datos de la producción orgánica certificada en el país.

Es importante resaltar que no se cuenta con datos estadísticos oficiales hasta el momento y gracias a estos levantamientos se puede tener un aproximado real sobre la cantidad de productores y los principales rubros.

### Entrevistas semi-estructuradas:

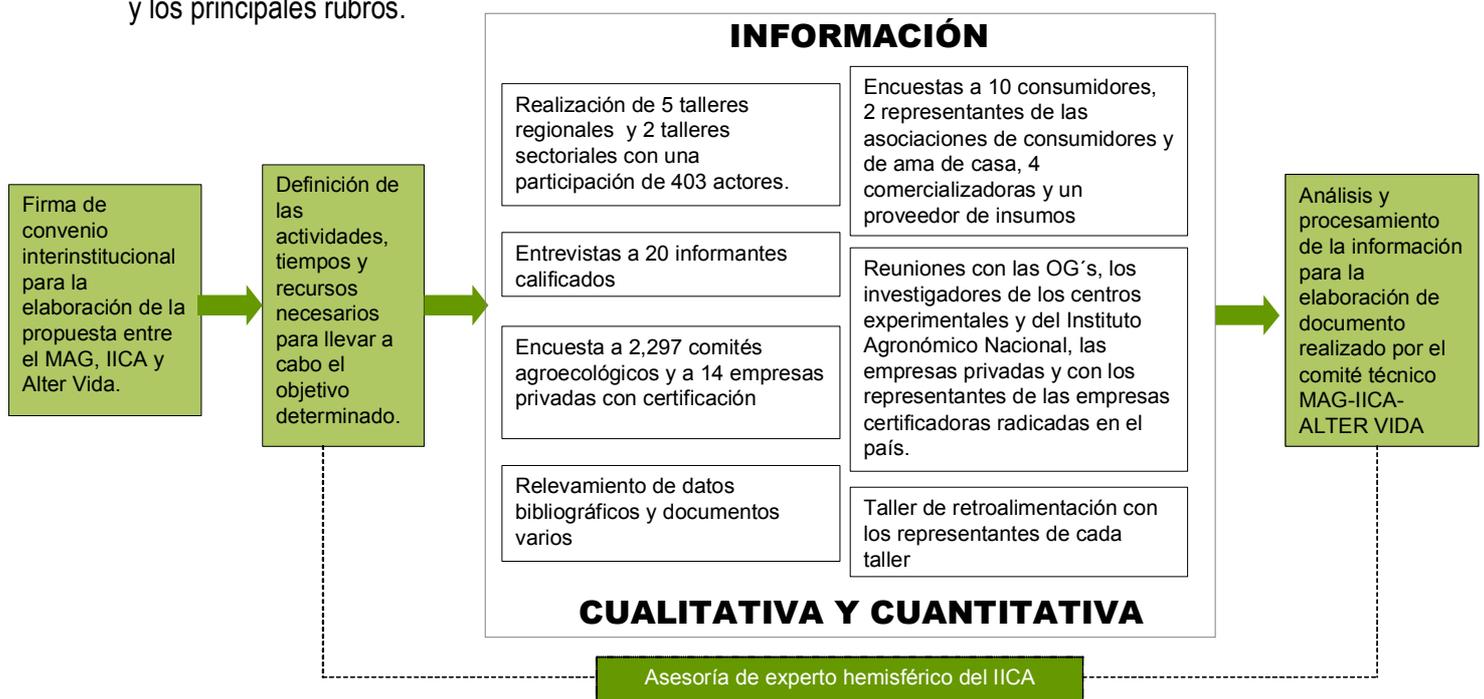
Se realizaron diferentes entrevistas a otros actores claves como: consumidores, proveedor de insumos y comercializadoras, con el objetivo de conocer las tendencias, perspectivas, necesidades y demandas existentes de actores que promueven la actividad a nivel local y nacional.

### Taller de retroalimentación:

Se eligieron participativamente 5 representantes por taller con la finalidad de asistir al taller de retroalimentación de la Estrategia. El objetivo de este taller es el de presentar y socializar las áreas estratégicas definidas a través de la información obtenida de los diferentes talleres y entrevistas, obteniendo comentarios y sugerencias sobre las mismas que posteriormente se incorporaron a la propuesta.

### Taller de validación:

Se llevará a cabo con posterioridad a la edición del documento de manera de poner a consideración de todos los actores que participaron en el proceso de la elaboración de la presente Estrategia.



## DATOS SECUNDARIOS

### Revisión documental y bibliográfica:

Con el fin de complementar la información obtenida, se accedió a diferentes materiales escritos y electrónicos sobre la producción y comercialización de productos orgánicos a nivel mundial, regional y nacional, datos relevantes del tema, el comportamiento del mercado, tasa de crecimiento anual, principales demandas y las principales características de los diferentes mercados.

### Asesoría de experto hemisférico del IICA:

Se contó con la asesoría del especialista de Producción Orgánica del IICA, Ing. Pedro

Cussianovich, que condujo el proceso en el aspecto metodológico para la cual se realizaron reuniones de trabajo y planificación, así como la interpretación de los datos relevados de las metodologías antes mencionadas y la posterior elaboración de las líneas estratégicas. Así mismo, se tuvo en cuenta la experiencia en procesos de elaboración participativa de Estrategias Nacionales de Nicaragua, el cual sirvió de guía para la construcción de la propuesta, atendiendo a realidades muy similares de otros países de América Latina, adecuándose a la realidad nacional.

## Marco Conceptual

### Producción orgánica – agroecológica

En el Paraguay en la década de los 80's, con la oportunidad de comercializar ciertos rubros de agroexportación como el azúcar y otros, empresas pioneras en el país comenzaron a promover rubros orgánicos incrementando la cantidad de productores y consiguiendo certificación de calidad para entrar a nuevos mercados. Al mismo tiempo, las ONGs han venido trabajando en la agricultura agroecológica con un preponderante enfoque social y de promoción de las organizaciones campesinas, de esta manera se desarrolla paralela - y conjuntamente en algunos casos - la producción agroecológica y orgánica en diferentes zonas del país.

La producción orgánica es una forma alternativa de producción que respeta los balances existentes en la naturaleza, propicia el equilibrio físico, químico y biológico del suelo y optimiza las relaciones suelo-planta (animales). Bajo este sistema se descarta el empleo de cualquier químico sintético.<sup>2</sup> Este sistema de producción está reglamentado por normas específicas y requiere del mecanismo de certificación para su comercialización.

A los efectos del presente documento, se concibe a la producción orgánica, ecológica o biológica, como una opción productiva en consonancia con el equilibrio existente en la propia naturaleza, teniendo como principio el equilibrio físico, químico y biológico del suelo siendo su principal fin optimizar las relaciones entre suelo-planta-animales. En tal sentido, se encuentra totalmente descartada la utilización o empleo de cualquier producto químico sintético y/u organismos genéticamente modificados (OGM).

Por otro lado, las Instituciones que promueven la agroecología se refieren a la misma como un modelo económico y de organización social que promueve un desarrollo equitativo y participativo, sostenible, holístico, ecológicamente equilibrado, económicamente viable y socialmente justa.

Estos sistemas de producción promueven la recuperación y conservación de los recursos naturales, cuentan con diversas técnicas agropecuarias basadas en el mantenimiento y aumento de la fertilidad del suelo, de la biodiversidad; en la cría de animales respetan su comportamiento y sus necesidades fisiológicas.

Entre las herramientas utilizadas y aceptadas están la rotación de cultivos, cobertura de suelos, laboreo mínimo, el reciclaje de material orgánico en las fincas de producción, como son los residuos de cosechas, utilización de leguminosas, abonos verdes, estiércol de animales, utilización de extractos naturales para el manejo ecológico de plagas y enfermedades, entre otros.

A los efectos de esta Estrategia, la inclusión de la agroecología se fundamenta en la cantidad de familias involucradas que están poniendo en práctica el sistema e instituciones que los asisten; si bien la agroecología de la forma en que está siendo enfocada actualmente en el país representa un fin en si misma, a objetivos de esta propuesta constituye una potencialidad en cuanto a la inserción a mercados de los pequeños productores/as. Esto no contradice los principios que guían la agroecología pues pretende el mejoramiento de los ingresos a través de una actividad productiva ambientalmente sana y que en definitiva es la única vía de ingresos de las familias campesinas, ubicadas en el sector primario de la economía.

La producción agroecológica, si bien no está regulada por normativas es abordada por la mayoría de las instituciones que lo promueven, dentro de parámetros estrictos que no admiten insumos químicos ni prácticas contrarias a la conservación del ambiente; el empuje que a través de la presente Estrategia se dará a la producción orgánica permitirá que la producción agroecológica se acoja a beneficios tecnológicos entre otros, que lo acercarán aún más a potenciales mercados ventajosos cuando llegue a formar parte de una cadena productiva y acceda a la certificación.

---

<sup>2</sup>FAO

El Codex considera que la agricultura orgánica, ecológica o biológica como un sistema global de producción agrícola (vegetal y animal) en el que se da prioridad a los métodos de gestión sobre el uso de insumos externos.

Según las directrices del Codex, la agricultura orgánica debe tener los siguientes objetivos<sup>1</sup>:

- Aumentar la diversidad biológica del sistema en su conjunto;
- Incrementar la actividad biológica del suelo;
- Mantener la fertilidad del suelo a largo plazo;
- Reutilizar los desechos de origen vegetal y animal a fin de devolver nutrientes a la tierra, reduciendo al mínimo el empleo de recursos no renovables;
- Basarse en recursos renovables y en sistemas agrícolas organizados localmente;
- Promover un uso saludable del suelo, el agua y el aire, y reducir al mínimo todas las formas de contaminación de estos elementos que pueden resultar de las prácticas agrícolas;
- Manipular los productos agrícolas haciendo hincapié en el uso de métodos de elaboración cuidadosos, a efectos de mantener la integridad orgánica y las cualidades vitales del producto en todas las etapas;
- Establecerse en cualquier finca existente a través de un período de conversión cuya duración adecuada dependerá de factores específicos para cada lugar, como la historia de la tierra y el tipo de cultivos y ganado que hayan de producirse.<sup>3</sup>

### Certificación de Productos Orgánicos

Para identificar los productos orgánicos en el mercado competitivo, es necesario un sello que certifique los procesos y garantice su calidad. Éste mecanismo es el responsable de controlar desde la producción, hasta el procesamiento y comercialización de los diferentes productos a través de normas específicas que dan credibilidad al productor e industria procesadora y al mismo tiempo ofrecen seguridad al consumidor.

Éste procedimiento se realiza a través de inspecciones de sistemas de control específicos, llevadas a cabo por instancias certificadoras independientes, basándose en las normas y regulaciones internacionales que avalan su trazabilidad y manejo adecuado en todos los procesos.

### Sistema Participativo de Garantía - SPG

Está en proceso de desarrollo en el país una alternativa de garantía de calidad de los productos agroecológicos que representa el Sistema Participativo de Garantía (SPG) el cual desarrolla un mecanismo de control donde intervienen diversos actores públicos, organizaciones de productores y ONGs. Este sistema está reconocido en la *Ley de Fomento y Control de la Producción Orgánica*. El objetivo del sistema es otorgar confianza a los consumidores respecto a las fincas que producen para el mercado local y no cuentan con certificación de tercera parte por el costo inaccesible para un pequeño productor. Esto permitirá además visibilizar en el mercado productos de calidad diferenciada que provienen de la agricultura sustentable.

### Institucionalidad

El ambiente legal propicio y la estructuración de un sistema para dar respuesta a las demandas del sector orgánico – agroecológico, representa la *Institucionalización*. El incremento de la actividad comercial de exportación, la orientación de las políticas agrícolas del MAG hacia el fomento de la agricultura familiar y su modernización, así como la incorporación de los productos orgánicos en agendas estatales para comercio internacional (MIC-Rediex) generan demandas mayores de muchos servicios y condiciones que caen en el ámbito público.

El crecimiento del mercado de productos orgánicos, en volumen y diversidad en el mundo representa oportunidades importantes para la economía del sector agropecuario e industrial de países en vías de desarrollo.

<sup>3</sup> Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente", Comisión del Codex alimentarius, CAC/ GL 32.1999, punto 7.

Esta actividad y su creciente importancia, dio pie para que en el año 1999 el Comité de etiquetado de alimentos del Codex Alimentarius de la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación- FAO, y la Organización Mundial de la Salud-OMS, adoptaran orientaciones para la producción, procesamiento, etiquetado y comercialización de alimentos producidos de forma orgánica. En la gran mayoría de todas estas normas, la certificación de los productos ha sido uno de los temas más importantes. En 1999 el Codex Alimentarius aprobó las guías para la producción vegetal, y en el 2001 para la producción animal. Estas guías para la producción orgánica han significado un importante avance para la armonización de las reglas internacionales, tendientes a generar la confianza que el consumidor requiere.

Así mismo acorde con esto, en el país se elaboró la norma PNA 43 001 06, del Instituto Nacional de Tecnología y Normalización - INTN, cuya finalidad es:

- Proteger a los consumidores contra el engaño y el fraude en el mercado, y contra declaraciones de propiedades no demostradas;
- Proteger a los productores orgánicos contra descripciones falsas de otros

productos agrícolas que los presentan como orgánicos;

- Asegurar que todas las fases de la producción, procesamiento, almacenamiento, transporte y comercialización estén sujetas a inspección y cumplan con esta Norma.

El país posee un compendio de normas de producción orgánica y se encuentra en proceso de aprobación la *Ley de Fomento y Control de la Producción Orgánica* lo que respalda fuertemente el proceso de institucionalización. La articulación de las instancias en un marco más amplio, la definición de roles y ámbitos y el enfoque común y coherente es lo que en La Estrategia se propone como *institucionalización*. Es por esto que se define como Institucionalidad de Fomento al Ministerio de Agricultura y Ganadería; Institucionalidad de Control al SENAVE y SENACSA y la conformación de un tercer actor que constituirá la Instancia Multisectorial que complementará la institucionalidad planteada cuyo objetivo será velar por las demandas del sector y constituirse en un canal para hacer llegar las mismas a las instancias gubernamentales correspondientes, así como monitorear el cumplimiento de Estrategias, Planes, Programas, Proyectos.

# PRODUCCIÓN ORGÁNICA: UNA TENDENCIA MUNDIAL EN CRECIMIENTO

## Producción Orgánica: Una Tendencia Mundial en Crecimiento

### 1.1. Evolución de la producción orgánica en el mundo

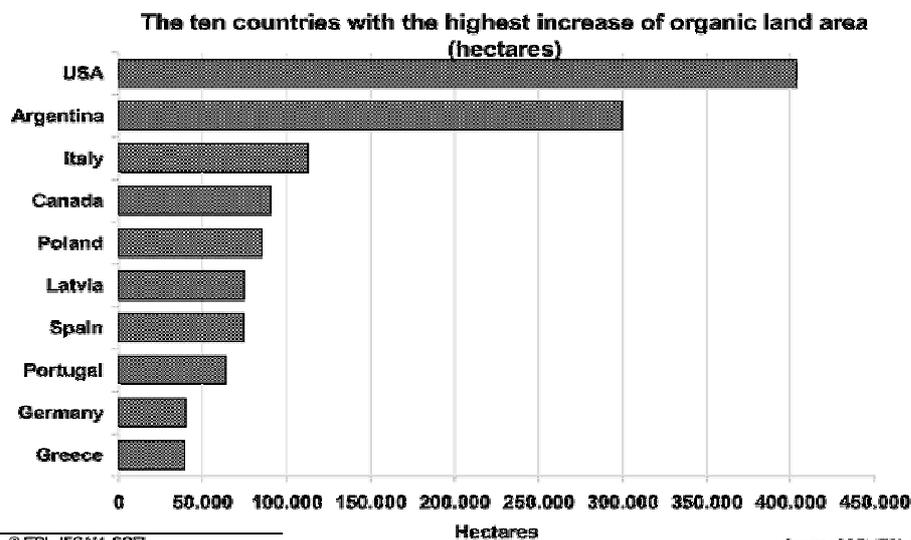
La producción orgánica certificada es una actividad productiva muy dinámica en el ámbito del comercio internacional. Mercados de productos orgánicos, presentaron tasa elevadas de crecimiento para algunos productos de países de Europa y Norteamérica fluctuó entre el 20 y 50% anual en los últimos 10 años, y las transacciones comerciales en el año 2005 llegaron a alcanzar 33.000 billones de dólares norteamericanos. No obstante, el potencial de este mercado es inestimable ya que en promedio, los productos orgánicos no llegan a sustituir el 3% de los productos de los mercados convencionales.

En la actualidad, a nivel mundial más de 121 países ubicados en los cinco continentes practican esta alternativa de producción, con 30,5 millones de hectáreas certificadas, distribuidas en más de 663.891 fincas certificadas. Más de 1.500 productos orgánicos pueden encontrarse en los establecimientos de ventas de Europa, Norteamérica y Japón, gozando de un sobrepeso en comparación con los productos convencionales<sup>4</sup>.

Diversos factores influyen al crecimiento sostenido de la producción agropecuaria, forestal y productos no alimenticios orgánicos-agroecológicos en todo el mundo. Así, el creciente interés de los consumidores hacia los alimentos sanos, dado el contexto de inseguridad respecto al riesgo de contaminación con diversos productos químicos, es el principal factor que influye en el aumento de superficie, diversificación de productos y cantidad de productores dedicados a este sistema de producción. La preocupante situación del ambiente natural que continúa degradándose a causa de los sistemas de producción primarios y el alto consumo de energía de las sociedades modernas.

En los últimos tiempos ha aumentado mundialmente la consideración sobre "Salud y Medio Ambiente", constituyéndose éstos en términos claves cuando se discute sobre el desarrollo económico sostenible en los países en vías de desarrollo. Dentro de este contexto, los productos naturales y orgánicos están experimentando un notorio desarrollo. (Oue y Sasaki, 2002)

Figura 1. Países con mayor incremento de área orgánica certificada (2007):



<sup>4</sup> El mercado de productos orgánicos trasciende el mercado de alimentos y bebidas, y cuenta con una gama cada vez mayor de productos industriales; entre éstos: ropa, artículos de cuero, muebles, productos de farmacia y cosmología, para citar algunos

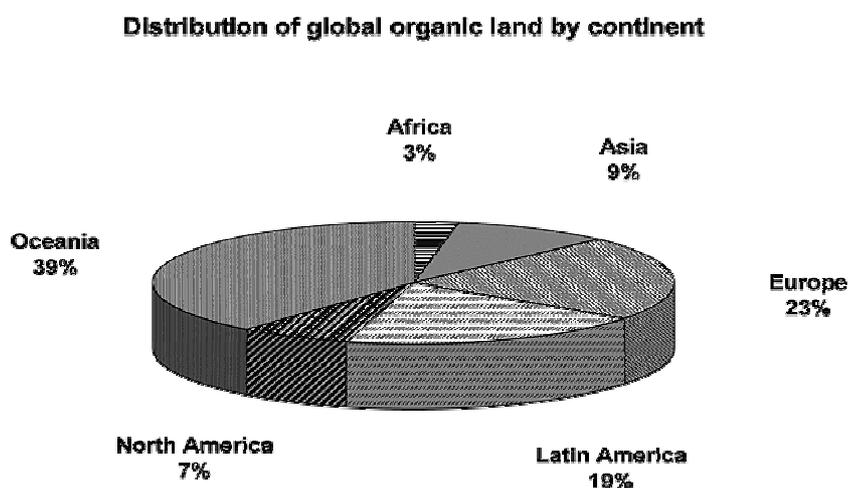
Los mercados de productos orgánicos certificados presentaron tasas elevadas de crecimiento en Europa, Estados Unidos y Japón en la década de 1990. En la Unión Europea (UE), la tasa anual de crecimiento giró en torno del 25% en los últimos diez años. (Batalha y Buainain, 2007). Según los mismos autores, el crecimiento acentuado del área orgánica certificada en la UE a partir de 1991, de más de 3 millones de hectáreas antes del 2000, coincide con la implementación de su reglamentación –EC 2092/91-. Para explicar este crecimiento, además del marco regulatorio y el apoyo a la certificación, fueron sin dudas las políticas implementadas respecto a investigación, extensión, asistencia técnica, capacitación, comercialización e información a los consumidores.

Según datos de *International Trade Center* (ITC) citado por (Batalha y Buainain, 2007), el mercado mayorista mundial de alimentos y bebidas aumentó de 10 billones de dólares en 1997 a 17,5 billones en el 2000, estimándose para el 2003 entre 23 y 25 billones de dólares considerando una tasa de crecimiento medio anual de 20%. En el 2005, las ventas llegaron a 33 billones de dólares. (Sahota, A y otros, citado por Cussianovich, IICA 2007) Los mercados que más crecieron en los últimos años fueron los del Reino Unido y Estados Unidos.

Cabe resaltar que como porcentaje de tierra agrícola total del planeta, la superficie destinada a la agricultura orgánica (AO) sigue siendo moderada; según Cussianovich et. al en Europa equivale 2% de las tierras agrícolas, en Latinoamérica el 0,50% y en Norteamérica el 0,25%. Aproximadamente dos tercios de estas superficies corresponden a pasturas orgánicas. Oue y Sasaki, 2002, indican a Australia y Argentina como los países con mayor superficie de tierra que ocupa la producción orgánica certificada, teniendo como base a praderas naturales dedicadas a la pastura de bovinos y ovinos. Por ejemplo Benetton, en Australia produce ovinos con el fin de producir lana orgánica certificada.

Por otro lado, un aspecto que no se puede soslayar es el interés de las agencias nacionales e internacionales de desarrollo, cooperación técnica, financiera, organismos gubernamentales y no gubernamentales en la agricultura orgánica - agroecológica. Los objetivos que se persiguen incluyen: seguridad alimentaria, aumento de ingreso para los productores agropecuarios y sostenibilidad ambiental. En 1996, un relatorio de la UNCTAD reconoció el papel que la AO tiene en el comercio, en el mejoramiento ambiental y en el desarrollo social de los países en vías de desarrollo. La FAO, en 1999 la incluye en su programa de Agricultura Sustentable, desarrollando un plan de mediano plazo para trazar el perfil y apoyar el desarrollo del sistema. (FAO 2001, citado por Batalha y Buainain, 2007)

Figura 2. Distribución del área de producción orgánica certificada a nivel mundial, por continente (2007)<sup>1</sup>



## A. Mercado Internacional

Los datos detallados sobre comercio internacional de productos orgánicos son escasos y poco consistentes, no obstante los cambios intra-regionales aparecen como una tendencia bastante clara. Estados Unidos, Alemania, Japón y el Reino Unido son polos centrales de importación. Alemania sin embargo produce 80% de su consumo interno; Holanda se destaca como país importador, siendo también una gran puerta de entrada de productos orgánicos para Europa. Como proveedores intra-regionales importantes de la UE se destacan España, que exporta 75% de su producción, Italia y Dinamarca, las cuales exportan cerca del 67% de su producción, además de Austria y Portugal. (Batalha y Buainain, 2007).

Uno de cada tres norteamericanos compra normalmente productos orgánicos, el sector representa 2% del mercado de alimentos. (Haumann, 2003, citado por Batalha y Buainain, 2007). Categorías como cárnicos están mostrando un crecimiento por encima del 30%, al igual que los productos lácteos en razón a la posición de los consumidores contra el uso de hormonas sintéticas en el ganado lechero. (Cussianovich IICA 2007). Según los mismos autores, el acelerado crecimiento de la industria norteamericana de alimentos orgánicos atrajo a grandes corporaciones de alimentos como Krats Foods, Pepsi-Cola, Dean Foods y Danone para inversiones en este sector. Otros ejemplos de la demanda actual de productos orgánicos esta dada por McDonald's de Alemania que ha firmado un convenio con productores de carne orgánica para suministrar en sus locales y ve también la posibilidad de introducir leche orgánica en sus preparaciones. La línea aérea Lufthansa Swiss Air se propone a introducir productos orgánicos en el catering. La compañía norteamericana Organic Bouquet ha comenzado a vender flores orgánicas a través de Internet en los Estados Unidos.

El Japón tiene el mayor mercado de Asia. Sus consumidores tienen conocimiento de los productos orgánicos y sus métodos de producción. El Japón produce arroz, té, vinagre de arroz.

Según Batalha y Buainain, 2007, una de los factores por el cual este país es el mayor importador se debe a los premios en el precio que llegan a ser 20% a 50% mas que los productos convencionales.

Japón importa principalmente: cereales, café (América Latina); te y yerba mate (Paraguay); vino, cerveza, miel, vegetales congelados (EEUU, Nueva Zelanda, Australia Canadá); nueces deshidratadas, frutas deshidratadas, frutas frescas-Kiwi y banana (México y Filipinas); naranja, carne bovina y de aves, azúcar, pan, salsas, y productos a base de soja (China y EEUU) y salmón (Noruega).

En oriente medio, el destaque es para países productores como Turquía e Israel. En el este de Asia se destacan China, India, República de Korea, y Sri Lanka, que exportan cacao, café, aceites esenciales, hierbas, especias, maní, arroz, té y vainilla.

Oceanía, comprende casi la mitad del área orgánica certificada, sin embargo el tamaño del mercado es solo una pequeña fracción del mercado total de alimentos. Las ventas de alimentos y bebidas orgánicas fueron estimadas en 240 millones de dólares en el 2003, concentradas principalmente en Australia.

En África, los mercados locales para productos orgánicos están creciendo, existiendo iniciativas en Uganda, Malawi, Kenia y África del Sur. En el norte de África el crecimiento más importante se ve en Egipto.

Estudios consultados indican que no existe en el mundo otro sector del mercado de alimentos que haya crecido a una tasa anual del 20% al 30%; nivel manifestado en los años 90 y comienzos del 2000. (Cussianovich, IICA 2005)

El mercado de productos orgánicos presenta una diversidad de más de 1.500 productos, que van desde productos frescos agrícolas de origen vegetal y animal, donde se destacan: café, té, azúcar, cítricos, frutas tropicales, hortalizas, cereales, algodón, carnes, leche, miel, condimentos, entre otros, hasta productos agroindustriales y propiamente industriales, como: vinos, salsas, galletas, productos lácteos, chocolates. También presenta una variada gama de productos de limpieza, cosmetología y fármacos; así como artículos de vestir: ropas de algodón, zapatos, suéteres de lana de oveja o alpaca criados orgánicamente entre otros. (Cussianovich, IICA 2005)

Según el mismo autor, a la par de estos productos de consumo directo, se han desarrollado toda una línea de productos orgánicos que se utilizan como materia prima, con el fin de garantizar la condición orgánica de ciertos productos, por citar algunos: forrajes y granos, insumos para el control de plagas y enfermedades, fertilizantes y semillas certificadas.

Según diferentes publicaciones del sector orgánico y agroecológico, un atributo no despreciable y que tiene un amplio consenso, es que hasta ahora la demanda de productos orgánicos supera ampliamente a la oferta. Según Cussianovich, el sobreprecio o precio premio que se paga por los productos orgánicos, varía de acuerdo al país, la demanda, la calidad, el tipo de producto y el establecimiento donde se vende. En los mercados europeos los sobreprecios fluctúan entre el 10% y el 220%, en comparación con los productos convencionales.

Los productos con mayor demanda en los países desarrollados: (i) productos tropicales que no son producidos localmente (café, cacao, té, frutas y vegetales tropicales *in natura* y procesados) dando preferencia a la compra de materia prima para posterior procesamiento y embalaje; (ii) productos fuera de estación de producción en los países del hemisferio norte; (iii) productos de estación, por ejemplo frutas y vegetales, para los cuales hay una temporaria o permanente escasez en los países del hemisferio norte en razón a la demanda fuerte o creciente; (iv) novedades o productos especiales, como vinos orgánicos de alta calidad. (Batalha y Buainain, 2007).

Cuadro 1. Tasas de Crecimiento de los Principales Mercados Internacionales de Productos Orgánicos (2005)

País	Total de Ventas de alimentos a nivel mundial (%)	Tasas de crecimiento en el mediano plazo (%)
Alemania	2.0 – 2.5	05 – 10
Reino Unido	1.8 – 2.3	10 – 15
Italia	1.0 – 1.5	05 – 15
Francia	1.0 – 1.5	05 – 10
Suiza	2.5 – 3.0	05 – 15
Dinamarca	2.5 – 3.0	0.0 – 05
Austria	2.5 – 3.0	05 – 10
Holanda	1.0 – 1.5	05 – 10
Suecia	1.0 – 2.0	10 – 15
Bélgica	1.0 – 1.5	05 – 10
Otros Europa*	-	15
EEUU	2.0 – 2.5	15 – 20
Canadá	1.5 – 2.0	10 – 20
Japón	0.5	15
Australia	0.5	15
Nueva Zelanda	0.5	15

Fuente: Pedro Cussianovich, IICA 2005 con datos de UNCTAD 2004, tomado de ITC 2003.

## B. Interés de consumidores por alimentos sanos

La conciencia y aceptación cada vez mayor de las sociedades en general, respecto a la implicancia socio-cultural, económica y ambiental de producir alimentos orgánicos-agroecológicos, ha tenido un efecto positivo en el crecimiento sostenido de la superficie, rubros y mercados de estos productos.

Para que un producto sea denominado “orgánico” debe pasar una serie de exigencias, precisiones y sistemas de control e inspección que aseguren la calidad del mismo; esto se logra a través de la “certificación” que es el proceso a través del cual los organismos de certificación acreditados y aprobados, constatan que los sistemas de producción, manejo y procesamiento de productos orgánicos se ajustan a los requisitos establecidos. Esta característica es la que se ubica en un lugar de preponderancia a la hora de cargar con un valor agregado o sobreprecio al producto final etiquetado.

Según la organización “Consumo Sustentable”, si comparamos entre el cultivo orgánico y el cultivo convencional notamos que sus procesos son diametralmente opuestos pues mientras el primero usa métodos para minimizar la contaminación del aire, tierra y agua, el segundo las origina.

Los consumidores están sumamente sensibles antes las cuestiones de residuos de agroquímicos nocivos para la salud, hormonas residuales en los cárnicos, alimentos transgénicos, etc. Ante esta situación, se observa una tendencia

donde los consumidores pagan por los productos seguros certificados aunque exista una diferencia en el precio que en algunos casos llegan hasta dos o tres veces más. (Oue y Sasaki, 2002)

## C. Crecimiento de productos no alimenticios

El sistema de producción orgánico además de los productos alimenticios de origen agropecuario también va ganando mercados en productos no alimenticios, como ser: farmacopea (hierbas naturales, ungüentos, cremas), maquillaje, aceites naturales, esencias, madera, cuero, lana, algodón. Cada vez más los consumidores convencidos de los países desarrollados adquieren ropa interior, pijamas, ropa de baño y de cama producidos a partir de algodón orgánico.

Páginas web especializadas en la compra/venta de productos y servicios orgánicos ofertan productos como: algodón teñido, almohadas, artículos de baño, artículos de hilo, artículos de yoga y meditación (velas, inciensos, quemadores de esencias), artículos para el cuidado personal, artículos para la higiene femenina, bolsos, calcetines, camisetas, gorras, mantas, pañales, papel y artículos de papel, ropa infantil, tapicería entre otros.

Los productos alimenticios y no alimenticios de origen orgánico van ganando mercado por medio de innovadores sistemas de comercialización con parámetros de equidad social y sostenibilidad ambiental como lo son el Biocomercio y el Comercio Justo, que tienen un componente de información, marketing y concienciación en la presentación de los productos.



## 1.2. Situación de la Producción Orgánica en América Latina

### A. Crecimiento y características

Los países de Latinoamérica participan — como oferentes— del dinamismo generado por esta actividad; en los últimos cinco años, la producción orgánica certificada de la región se ha duplicado, así como la diversidad de productos que se exportan a los principales mercados internacionales. Actualmente, alrededor de 142.622 fincas de este continente han sido certificadas contabilizando aproximadamente 5,8 millones de hectáreas.

América Latina tiene un importante porcentaje del total mundial de superficie dedicada a la producción orgánica y agroecológica; cabe recordar que el maíz, el cacao, la mandioca, la batata, así como el café, los porotos (frijoles) fueron y son cultivados de manera natural por los nativos habitantes de América Precolombina. Gran cantidad de productores y productoras agropecuarios de bajos ingresos que no tienen acceso a la actual tecnología utilizada en la agricultura y la ganadería, que evolucionó hacia la ingeniería genética y la biotecnología, tienen un alto potencial de insertarse a este negocio de producción de alimentos y productos orgánicos y agroecológicos; ya que los mismos normalmente no utilizan el sistema convencional por su elevado costo en insumos.

En ese sentido, las cifras oficiales dan a América Latina un porcentaje que ronda el 20% de la superficie mundial de actividades agropecuarias orgánicas (Cussianovich, IICA 2007).

### B. Institucionalidad

Las primeras normas privadas internacionales en agricultura orgánica fueron establecidas en inicios de 1980 por la IFOAM, reeditadas cada dos o tres años; después de nueve años de discusión, a finales de 1990, la Comisión del Codex Alimentarius estableció directrices internacionales para producción vegetal y procesamiento de productos de la agricultura

orgánica y para producción animal en el 2001 (Batalha y Buainain, 2007).

Según este mismo autor, el estado de las reglamentaciones (leyes sancionadas) de la agricultura orgánica en el 2005 a nivel mundial revela que:

Se implementan plenamente en 42 países:

- África y Oriente Medio: Túnez;
- Asia y el Pacífico: Filipinas, India, Japón, Corea del Sur, Taiwán y Tailandia.
- Oceanía: Australia
- Europa: Alemania, Austria, Cyprus, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo. Holanda, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Lituania, Polonia, Latvia, Malta, Islandia, Noruega, Suiza, Turquía, Bulgaria y Rumania.
- América del Norte: Estados Unidos
- América Latina y el Caribe: Argentina y Costa Rica, Chile, Perú
- Se implementa parcialmente en 12 países:
- África y Oriente Medio: Egipto
- Asia y el Pacífico: Malasia
- Europa: Albania, Croacia, Serbia, Montenegro, y Macedonia.
- América Latina y el Caribe: Brasil, Honduras, México y Guatemala.

- En fase de estudio en 19 países:
- África y Oriente Medio: Madagascar, África del Sur, Israel y Líbano.
- Asia y el Pacífico: China, Hong-kong, Georgia, Vietnam e Indonesia.
- Europa: Albania, Croacia, Serbia, Montenegro, y Macedonia.
- Oceanía: Nueva Zelanda.
- Europa: Ucrania
- América del Norte: Canadá
- América Latina y el Caribe: Bolivia, El Salvador, Nicaragua, Paraguay, Santa Lucía y Uruguay.

Fuente: (Batalha y Buainain, "Cadena Productiva de Productos Orgánicos 2007, Pág. 27).  
Información actualizada por comité técnico

### a. Certificación y Regulación

Por lo expuesto en el punto anterior, se advierte que la certificación de las áreas bajo producción orgánica en América Latina se realiza, mayoritariamente mediante agencias certificadoras internacionales como QAI (Quality Assurance International), FVO (Farm Verified Organic), BCS-Öko Garantie, Naturland, Ecocert S.A., Skal (Holanda), SGS, IMMO control, entre otros.

No obstante algunos países ya disponen de sus propias agencias certificadoras como se observa en el siguiente cuadro.

### C. Comercialización

La comercialización de productos orgánicos es realizada por diferentes mecanismos. Existe la venta directa al consumidor final por medio de la entrega a domicilio (canastas orgánicas), en ferias, puntos de venta mayorista, local de venta especializados, y redes de supermercados. En algunos países existe además la venta directa a servicios de gastronomía como restaurantes, hoteles, o a instituciones públicas como escuelas, municipios, Fuerzas Armadas, hospitales. Por otro lado empiezan a aparecer intermediarios que reúnen volumen para procesamiento o fraccionamiento posterior.

Sin embargo, el mayor porcentaje de la producción orgánica certificada de América Latina está orientada al mercado internacional, y solamente una pequeña porción se dirige a mercados nacionales. Según P. Cussianovich en IICA 2005, los principales destinos son Europa, Estados Unidos y Canadá; y por lo general, se tratan de exportaciones con un bajo nivel de procesamiento de los productos. Siguiendo con la misma fuente, el producto de la región que se destaca en los mercados internacionales es el café. México es el principal productor de café orgánico en el mundo. En Perú el 30% del total de café es orgánico; en los países centroamericanos el café orgánico se ha convertido en una alternativa económica para gran cantidad de pequeños productores.

El comercio mundial entre los países del Sur-Norte de productos orgánicos se caracteriza por la predominancia del Sur como exportador de materia prima orgánica certificada, dejando para el Norte-Norte el comercio de productos con mayor valor agregado. Estos incluyen: frutas y legumbres frescas, nueces y frutas secas, especias, hierbas, frutas y vegetales procesados, cacao, aceites vegetales, dulces, alimentos procesados y bebidas a base de frutas. Ítems no alimenticios incluyen: algodón, aceites esenciales para cosméticos y flores de corte. (Batalha y Buainain, 2007)

Cuadro 2: Agencias Certificadoras de origen latinoamericano

Países	Empresas Certificadoras
<b>Argentina</b>	Argencert S.R.L., Bio Certificación Letis S.A., OIA (Organización Internacional Agropecuaria)
<b>Bolivia</b>	Bolicert
<b>Brasil</b>	IBD (Instituto Biodinámico), Red de Certificación Participativa Ecovida
<b>Chile</b>	CCO (Certificadora Chile Orgánico) CIAL (Corporación de Investigación en Agricultura Alternativa), PROA (Corporación de Promoción Orgánica Agropecuaria)
<b>Colombia</b>	Biológicos del Trópico (Socia de Ecocert S.A.), CCI (Corporación Colombia Internacional)
<b>Costa Rica</b>	Aimcopoc, Eco-Lógica S.A.
<b>Ecuador</b>	Fundación Biocon, PROBIO (Corporación Ecuatoriana de Agricultores Biológicos)
<b>Guatemala</b>	Mayacert (Certificadora Maya S.A.)
<b>México</b>	Certimex S.C (Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos), CUCEPRO (Comité Certificador de Productos Orgánicos)
<b>Perú</b>	BIO LATINA (Agencia certificadora latinoamericana fundada por Biopacha de Bolivia), Bio Muisca (Colombia), Cenipae (Nicaragua), e Inka Cert (Perú)
<b>Uruguay</b>	ARU (Asociación Rural del Uruguay), SCPB (Sociedad de Consumidores de Productos Biológicos), Urucert

Fuente: García 2002. IICA-INTA 2004. Citado por Cussianovich, 2005

### 1.3. Situación de la Producción Orgánica en el MERCOSUR

#### A. Crecimiento y características

En la Región del MERCOSUR ampliado, la superficie de tierras bajo certificación orgánica representa el 1,17% de la superficie agrícola total, distribuidas como sigue: Argentina, con 2.800.000 hectáreas, Uruguay 680.000 hectáreas, Brasil 800.000 hectáreas, Bolivia 19.000 hectáreas y Chile con 603.000 hectáreas<sup>5</sup>. Actualmente en Paraguay la superficie bajo manejo de producción orgánica representa aproximadamente el 0,37% de su superficie agrícola utilizada.

El MERCOSUR se viene destacando por la elevada tasa de crecimiento del área certificada para productos orgánicos. Según el siguiente cuadro Uruguay y Argentina han tenido el mayor crecimiento en superficie dedicada a la producción orgánica ocupando el primer y segundo lugar respectivamente. Según Cussianovich et. al. el caso de la carne Argentina es sobresaliente, se ubica como principal país productor y exportador de esta especialidad. En este país se dedican mas de un millón de hectáreas en pasturas para carne y lana, así mismo la carne avícola esta ganando mercado.

#### B. Institucionalidad:

Hasta el momento, no existe en la generalidad de los casos una institución responsable de la acreditación y fiscalización de las empresas certificadoras internacionales; que comúnmente realizan el trabajo en forma autónoma, sin depender de las autoridades nacionales de control u organismos competentes.

La mayoría de los países de América Latina aún no cuentan con un marco institucional o estructuras de fomento de la producción orgánica certificada, sin embargo en los últimos años se ha avanzado en lo referente al marco regulatorio de la actividad. (P. Cussianovich en IICA 2005). Recientemente el Congreso de Perú ha promulgado la Ley de Producción Orgánica, en Paraguay la Ley de Fomento y Control de la Producción Orgánica tiene media sanción; Argentina, Costa Rica y Chile cuentan con un marco regulatorio implementado para ordenar la actividad y establecer reglas claras al mismo tiempo de respaldar y jerarquizar al sistema.

Sin dudas, las autoridades políticas del sector agropecuario y forestal del MERCOSUR están de alguna manera observando la evolución de la producción orgánica-agroecológica; que hasta el momento se reconoce ampliamente, que esta en manos de iniciativas privadas, organismos no gubernamentales, organismos de cooperación internacional y asociaciones de productores.

Cuadro 3: 1 del Área Utilizada para producción Orgánica Certificada. (Há)

País	Área 2000	Área 2004	Tasa de crecimiento en %
<b>Argentina</b>	169.200	2.960.000	1.649,4
<b>Brasil</b>	50.000	841.000	1.583,5
<b>Paraguay</b>	23.975	91.414	281,3
<b>Uruguay</b>	14.824	760.000	5.026,8

Fuente: Adaptado de Batalha y Buainain, 2007, citando a Fonseca (2005), con base a Willer e Youssefi (2000-2004)

<sup>5</sup> Datos de IFOAM, 2003



# PROGRESO DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA EN EL PARAGUAY

## Progreso de la Producción Orgánica en el Paraguay

### 2.1. Antecedentes de la Producción Orgánica en el Paraguay

#### A. Primeros pasos hacia el mercado internacional

El desarrollo de la producción orgánica a nivel comercial en el Paraguay se registra a partir del período agrícola 1988/89, en las cooperativas Mennonitas del Chaco Central, en la región occidental del país, específicamente en las Colonias Loma Plata, Neuland y Fernhein. Casi en el mismo período se inicia la producción orgánica en el departamento de Itapúa al sur de la región oriental, en las Colonias Obligado, Hohenau, Bella Vista.

Este sistema de producción en Paraguay tuvo su impulso, cuando empresas internacionales dedicadas a la comercialización de productos agrícolas no convencionales incentivaron la producción ecológica de grosella, maní y soja, que fue realizada por un específico grupo de agricultores que ya venía aplicando en su finca el sistema de Manejo Integrado de Plagas (MIP).

En los años siguientes se desarrollaron nuevos rubros tales como: sésamo, cártamo, yerba mate, especies aromáticas y caña de azúcar (actualmente es el rubro ecológico más importante volumen y superficie).

El mayor problema que tuvieron que afrontar los agricultores interesados en la producción ecológica fue la adaptación a los requerimientos del Sistema producción y certificación.

Estas dificultades se lograron superar con el tiempo, en la actualidad, los productores ya familiarizados con el nuevo paquete tecnológico apropiado para este sistema de cultivo vienen produciendo normalmente productos ecológicos.

#### B. Instituciones y Empresas pioneras

En el país existen empresas que realizan la agricultura orgánica, desde la producción hasta el procesamiento y la venta en forma sistemática recibiendo la certificación correspondiente; igualmente existen casos de productores organizados para encarar la producción y venta en forma de fincas empresariales.

Además, existe gran interés por parte de las cooperativas y comités de agricultores, de desarrollar comercialmente este tipo de producción. Es preciso destacar que las cooperativas reúnen las fortalezas necesarias para la producción orgánica - agroecológica.

Una de las empresas pioneras en la producción de azúcar orgánica es la Oficina Técnica Industrial S.A. (OTISA), cuya fábrica se encuentra en la ciudad de Arroyos y Esteros, departamento de Cordillera, industrializa caña de azúcar orgánica a partir de 1996, en la actualidad esta procesando caña de azúcar de 2.060 hectáreas certificadas (H, Moriya, et al, 2007).

La azucarera CENSI Y PIROTTA, produce azúcar y melaza orgánicas, la fábrica se localiza en la ciudad de Benjamín Aceval, departamento de Presidente Hayes, región occidental. (PROCISUR. Plataforma tecnológica regional de la Producción orgánica, El estado de la Producción Orgánica: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay, 2007).

Azucarera ITURBE S.A. es una industria procesadora de caña de azúcar orgánica para la obtención de azúcar y melaza. Según Moriya, la empresa ha llegado a ocupar un lugar preponderante en el mercado internacional como productor y exportador, ha llegado a esta instancia mediante el contrato de venta a largo plazo firmado con las empresas Marubeni Corporation y Florida Crystals Food Corporation.

Azucarera LA FELSINA, industria ubicada en la ciudad de Guarambaré, fundada en 1917, produce caña de azúcar orgánica en una superficie propia y adquiere materia prima certificada de otros productores.

La Azucarera Paraguaya AZPA S.A., se constituye en una de las principales empresas productoras de azúcar orgánica en el Paraguay, según PROCISUR. La fábrica se localiza en el distrito de Coronel Martínez (Tebicuary), departamento de Guaira.

El Ingenio Santa Maria (INSAMA), se inicio en el 1.988 como destiladora de alcohol, el único ingenio instalado para la fabricación exclusiva de azúcar orgánica. Ubicada en el distrito de Santa Maria, departamento de Misiones.

La Cooperativa Manduvira, ubicada en el distrito de Arroyos y Esteros, departamento de Cordillera, no posee planta industrial. Además producen sésamo orgánico en 40 hectáreas certificados y 50 en transición. Así mismo, la empresa Ecotrading en articulación con Fundeca y COPEP producen y exportan sésamo orgánico.

La implementación del sistema de producción orgánico en general y la elección de los rubros se dieron en función a la demanda de los mercados internacionales.

En cuanto a otros rubros en menor volumen, la empresa ECO AGRO NATURALMENTE, de la Asociación de Productores Orgánicos – APRO produce y vende productos fruti-hortícolas orgánicos a través de un servicio de delivery y ventas en Ferias a nivel de la capital.

Entre tanto se desarrollaba la producción orgánica por impulso del mercado, la producción agroecológica se promovía como una opción de mejoramiento de las fincas familiares, por instituciones privadas de desarrollo – ONGs; este sistema formaba parte de reivindicaciones sociales de la década de los '80 donde aún imperaba la dictadura.

La propuesta en primer término estaba dirigida a recuperar y fortalecer los rubros de autoconsumo que estaban siendo marginados por rubros de agroexportación con alta utilización de químicos de clases toxicológicas muy peligrosas; así mismo el fortalecimiento de los mercados locales, la diversificación de la finca y de los ingresos.

La agroecología se continúa desarrollando dentro de sus principios holísticos en fincas familiares; sin embargo también se dan articulaciones con empresas privadas cuando se presentan oportunidades en mercados ventajosos y se implementa la certificación de los rubros a ser comercializados.

### C. Ambiente Institucional y Reglamentario

A partir del año 1992 el Ministerio de Agricultura y Ganadería ha implementado un sistema de registro de Empresas Certificadoras de productos ecológicos y de reglamentación de la producción orgánica establecidas por Resoluciones MAG N° 974/92 y 975/92, respectivamente, designado a la entonces Dirección de Defensa Vegetal como dependencia técnica competente y encargada de dar cumplimiento a las disposiciones establecidas.

Con el proceso de modernización del MAG, son creadas por ley las siguientes autarquías:

**a) Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal (SENACSA) Ley N° 2426/04**

**b) Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas (SENAVE) Ley N° 2459/04**

A continuación se presenta los objetivos y fines de nuevos servicios que incorporan el ámbito de la calidad de los productos y sub productos, en cuyo marco se ha formulado las reglamentaciones para la producción orgánica de origen animal y vegetal:

EL SENACSA, es un ente con personería jurídica de derecho público, autárquico y autónomo, con patrimonio propio y de duración indefinida, constituida en base a la integración del Servicio Nacional de Salud Animal y las Direcciones de Protección Pecuaria y de Normas de Control de Alimentos y Sub productos de origen animal, del Viceministerio de Ganadería del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Es el organismo nacional responsable de la elaboración, reglamentación, coordinación, ejecución y fiscalización de la política y gestión nacional de calidad y salud animal, cuya decisiones adoptadas son de cumplimiento obligatorio, por parte de toda persona física o jurídica, incluyendo los organismos públicos quienes deberán proveer de toda la asistencia necesaria para la ejecución de las mismas.

El SENAVE es el Servicio Nacional de Sanidad Vegetal y de Semillas, un servicio constituido por la fusión de la Dirección de Defensa Vegetal (DDV), la Dirección de Semillas (DISE) y la Oficina Fiscalizadora de Algodón y Tabaco (OFAT), ex dependencias técnicas del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Es el organismo nacional responsable de...

En este contexto el Sistema de Certificación de Paraguay, se ha establecido de la siguiente forma:

Las reglamentaciones del SENAVE y el SENACSA establecen:

- El Registro Nacional de Empresas de certificación, de inspectores, operadores y sistema participativo de garantía de calidad que intervienen en el sistema de la producción orgánica vegetal y animal.

- La Supervisión del Sistema de Control de la Producción orgánica, así también la objetividad, independencia, transparencia y eficacia de las empresas de certificación. Haciendo énfasis, en lo que se refiere a las inspecciones y certificaciones, así como también, a la correcta verificación del cumplimiento de las reglamentaciones y normativas de producción orgánica; el funcionamiento de su sistema de certificación para garantizar la transparencia de los procesos de certificación de productos orgánicos o ecológicos.
- La certificación de exportación e importación de productos orgánicos.

La Norma PNA 43 001 06, del INTN, cuya finalidad es:

- Proteger a los consumidores contra el engaño y el fraude en el mercado, y contra declaraciones de propiedades no demostradas;
- Proteger a los productores orgánicos contra descripciones falsas de otros productos agrícolas que los presentan como orgánicos;
- Asegurar que todas las fases de la producción, procesamiento, almacenamiento, transporte y comercialización estén sujetas a inspección y cumplan con esta Norma.

## 2.2. Situación Actual de la Producción Orgánica en el Paraguay

### A. Principales Rubros

En la actualidad el número de rubros orgánicos que están siendo comercializados se ha diversificado bastante y se ha expandido tanto en superficie como en número de productores, así en cuanto al rubro azúcar, se exportan aproximadamente 65.000 Tn. anuales involucrando a 3.500 productores y 25.000 Has. Paraguay ocupa el primer lugar a nivel mundial de exportación de azúcar orgánico.

Entre los mayores productores de azúcar orgánica se encuentran:

- Oficina Técnica Industrial S.A. (OTISA), en el año 2.000 ha refinado unas 4.000 toneladas de azúcar orgánica a partir de 40.000 toneladas, de esta producción 1.600 toneladas (H, Moriya, et al, 2007)
- CENSI Y PIROTTA, en el 2006 ha procesado de 608,28 hectáreas, 1.648 toneladas de azúcar orgánica. PROCISUR
- Azucarera ITURBE S.A. han certificado 1.081,21 hectáreas de cultivos propios y 8.484,57 de 866 productores
- Azucarera LA FELSINA, produjeron 73 toneladas de azúcar orgánica en el 2006.
- La Azucarera Paraguaya AZPA S.A., de 1.023 hectáreas propias certificadas y 8.830 hectáreas certificadas en fincas de 1.110 productores con una producción de 17.790 toneladas de azúcar orgánica en el 2006.
- El Ingenio Santa Maria (INSAMA), Según PROCISUR, 2007, cuentan con una superficie propia certificada de 358 hectáreas, en fincas de productores 971 hectáreas de 428 productores.

- La Cooperativa Manduvira, según PROCISUR, 2.007 cuenta con 138 productores certificados en una superficie de 2.020 hectáreas y 743 en transición.

Así mismo, otros rubros orgánicos en producción son sésamo, yerba mate, cedrón, naranjo agrio, stevia, palmito y algodón. En cuanto a la yerba mate, la superficie aproximada del cultivo es de 6000 Has., con una producción de 700 Tn. de hoja seca, sobresalen 3 empresas: Lauro Raatz, Guayakí y Estancia FD; las zonas productoras son Canindeyu, Itapúa, Caazapá y San Pedro.

En cuanto al rubro algodón orgánico existe aproximadamente 450 Has. y 530 fincas familiares en producción. La empresa ARASY ORGANICA ha liderado la manufactura de este rubro exportando prendas de vestir a Exporta a Italia, Alemania, Bélgica, Suiza, USA (Fibra, hilo, tela y prendas), y local. La producción de este rubro, tradicionalmente de minifundio se realiza en varios departamentos del país como San Pedro, Guairá, Caaguazú y Misiones

El rubro sésamo orgánico es liderado por la empresa ShiroSawa, así como la empresa Ecotrading produce y vende; el naranjo agrio y el cedrón están siendo llevados adelante por la Cooperativa La Norteña de San Pedro de Ycua Mandyju.

No se tienen datos concluyentes porque las bases de datos actuales se encuentran en construcción tanto a nivel gubernamental (CAN 2008) como de instituciones privadas.

Cuadro 4. Número de Productores orgánicos, superficie por rubros vinculados en Paraguay

Rubros	Nº de Productores	Superficie (ha)
Caña de Azucar	4.000	30.000
Algodón	600	600
Sesamo	800	1.500
Stevia	60	20
Yerba Mate	50	5.000
Naranja Agrio	100	60
Cedrón	20	10
Palmito	1	3.500
Maní	1.000	500
Frutas y Hortalizas	500	1.000
Medicinales y Aromaticas	800	100
Soja	20	2.000
Otros	3.000	6.000
Autoconsumo	450	900
<b>Total</b>	<b>11.401</b>	<b>51.190</b>

Estimación Comita técnico MAG, IICA Alter Vida, 2007

Cuadro 5: Número de Productores agroecológicos o en transición, superficie y rubro vinculado en Paraguay

RUBROS	NO. DE PRODUCTORES	SUPERFICIE
Algodón en rama	949	476
Caña de azúcar	1.691	574
Hortalizas	5.160	5.485
Frutas	3.343	736
Granos	14.448	6.293
Sésamo	2.538	2.671
Soja	93	27
Hierbas Medicinales	267	35
Stevia	307	33
Mandioca	2.764	2235
Miel de abeja	1.418	2202
Tártago	1.188	56
Yerba Mate	329	117
Abonos verdes	56	4
Procesados	467	
Pecuarios	3.100	
Otros	372	
<b>TOTAL</b>	<b>38.490</b>	<b>20.944</b>

Fuente: ALTER VIDA, 2008

## CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRATEGIA

### 3.1. Construcción de la Estrategia

La presente propuesta se fundamenta en un sistema de producción alternativo que cuenta con normas y reglas de producción bien definidas.

En base a la premisa de que éste sistema requiere de las mismas variables de otros sistemas productivos, facilita de esta forma la incursión e integración dentro de los diferentes direcciones y proyectos que viene ejecutando el MAG actualmente, siendo una opción más dentro de la política que apoya el mejoramiento de la agricultura familiar; partiendo de la idea de no duplicar instituciones, si no fortalecer y enriquecer a la existente con nuevas opciones viables para los productores del país.

La Agroecología por su parte, está presente en toda la propuesta de forma diferenciada, contemplando que existe gran cantidad de productores trabajando actualmente en este sistema, y que constituyen un potencial importante en cuanto al acceso a mercado con previa certificación.

Hay que resaltar que la presente propuesta contempla un mercado potencial, creciente y deficitario que beneficia de forma directa tanto a pequeños como a grandes productores, a nivel económico, comercial, social y ambiental, siendo éste último el atributo principal al revalorizar la tierra y su productividad de forma sustentable; por esta razón se requiere de cumplimiento de las normas vigentes del uso del territorio y la identificación de zonas destinadas a esta actividad. Así mismo, es una propuesta incluyente de los grupos más vulnerables como lo son las mujeres, los jóvenes e indígenas.

Se creó de forma participativa, incluyendo a los actores involucrados a nivel nacional; es una propuesta concordante con la ley de Fomento y Control de la Producción Orgánica, que se encuentra con media sanción en el Poder Legislativo; es una alternativa sustentable a la generación de ingresos y a la lucha contra la pobreza;

con fuerte coexistencia de sistemas productivos de pequeños y grandes productores a través de una estrategia diferenciada basada en la competitividad y mejora continua, reforzando las cadenas productivas con una visión participativa e idealizada a largo plazo pero con acciones a corto plazo; fortaleciendo las organizaciones de base, así como las alianzas público-privadas como elemento fundamental de la estrategia.

Las áreas estratégicas que se presentan a continuación se consolidaron con información cualitativa y cuantitativa recabada desde las bases, las cuales requieren de una agenda diferenciada en constante ajuste para llevar a cabo las actividades y demandas del sector. Para ello es necesario crear una Institucionalidad responsable de la implementación y seguimiento de la estrategia conformada por tres ejes primordiales:

- Primer Eje: fortalecimiento de las unidades responsables del control para el cumplimiento de normas y reglas específicas para el sector agrícola y pecuario a cargo de SENAVE y SENACSA.
- Segundo Eje: Responsable del fomento, encargado de la difusión y el desarrollo de las fases y actividades de la estrategia
- Tercer eje: la consolidación de una mesa multisectorial integrada por actores claves del sector que tendrá como función primordial velar por los intereses y necesidades de los involucrados, así como promover las articulaciones y cooperaciones entre entidades.

La Institucionalidad tiene entre sus funciones:

- Implementación de la agenda
- Difusión de la agenda
- Formulación de propuestas de políticas, programas y proyectos
- Implementación, conducción y seguimiento de los mismos
- Establecimiento de normas y legislaciones pertinentes
- Coordinación Interinstitucional público/privado. (Vaso comunicador entre actores involucrados)
- Coordinación con otros sectores (SENAVE, Aduana, Comercio, SENACSA, Ministerio Relaciones Exteriores, INTN, INAN, ONA, CONACYT, MIC)
- Coordinación con la Cooperación Internacional
- Representación en diferentes instancias y foros de interés (nacionales e internacionales)
- Disponibilidad oportuna de información que apoye la toma de decisiones (Manejo de estadísticas, oferta, demanda, producción, entre otras)
- Promoción de actividades
- Representación de los intereses de la actividad en los niveles de toma de decisiones
- Asesoramiento al Ministro en el tema

Para comenzar con la propuesta, es necesario contextualizar dentro de un marco de acción presentando para ello los fundamentos de las áreas estratégicas, tomando en cuenta la realidad del país a través de sus potencialidades y limitaciones; continuando posteriormente con la descripción de cada línea estratégica, su objetivo, lineamiento así como las acciones determinadas de cada una.

## 3.2 Fundamentación de las líneas estratégicas

### A. Potencialidades

#### a. Mercados de productos orgánicos en constante crecimiento

El sostenido crecimiento del mercado de productos orgánicos a nivel mundial, que ronda el 20% anual, representa beneficios a un espectro muy amplio de actores económicos, que incluyen al pequeño productor, cuyo rol es protagónico en este sistema productivo, luego están las empresas, asociaciones o cooperativas gestoras del comercio, también participan los proveedores nacionales de servicios y en el plano internacional se diversifican aún más los actores.

Las ventas en mercados internacionales, que durante el 2005 alcanzaron la suma de 33 billones de dólares se asientan en una gama de productos orgánicos que supera los 1500 tipos de productos, abarcando casi todos los ámbitos que hacen al consumo, desde muebles, prendas de vestir, de cuidado personal, cosméticos, enseres para el hogar, toda la gama de alimentos, entre otros; la aparición de nuevos productos con certificación orgánica es muy dinámica a nivel mundial.

La oportunidad que representa para el Paraguay el mercado de este tipo de productos es muy relevante, tiene un potencial económico real que impone su mejor aprovechamiento, más aún atendiendo a las ventajas comparativas del país: disponibilidad de mano de obra familiar rural, recursos naturales que reúnen condiciones por la agricultura de bajos insumos en gran parte del país, interés de grupos empresariales y cooperativas en activar en este mercado en expansión.

Existen ejemplos muy relevantes del potencial actual como el mercado del azúcar orgánico, exportado a EEUU y Europa; el cupo preferencial a los EEUU está en permanente incremento, pero aún la demanda no tiene límites en este momento.

Por otro lado, la demanda europea está insatisfecha siendo una gran oportunidad para los ingenios nacionales; Inglaterra, Alemania, Suiza, Francia, Italia requieren de nuestro país cantidades muy importantes de azúcar orgánico.

Otros productos orgánicos de exportación aún están por debajo de las demandas internacionales, como el sésamo que se exporta a Europa y Japón, con un importante potencial de crecimiento en el mercado asiático. Así mismo, la yerba mate tiene una colocación asegurada en nichos norteamericanos.

El rubro algodón orgánico, es muy solicitado a nivel mundial, específicamente fibras, tejidos y productos terminados, por ejemplo Inglaterra y Suiza (prendas de bebés y productos de cuidado personal) Alemania (fibras, productos de cuidado personal de adultos y de bebés) Italia (prendas y tejido circular para prendas sport); en Sudamérica, Brasil es el mayor demandante de tejidos (circular para moda sport y plano para diseños de alta costura).

El mercado de Comercio Justo, si bien se enfoca más en productos convencionales para mejorar las oportunidades de los pequeños productores/as de países en desarrollo, ya muestra preferencias por productos orgánicos, existiendo en muchos casos ambos sellos – de comercio justo y orgánico en productos como el azúcar, el algodón, cacao y café. Esta es otra posibilidad abierta para los pequeños productores, artesanos/as, pues dicho mercado comercializa a buenos precios sus productos, enfatizando el contenido social del trabajo de los habitantes menos favorecidos de muchos países comercializando sus productos de forma directa al consumidor final, evitando la cadena de intermediarios.

Otros rubros como las frutas tropicales y materia prima para extracción de aceites esenciales se proyectan muy promisorios en los mercados internacionales.

Las nuevas coyunturas, como la transferencia de capitales del sector industrial convencional al orgánico y los precios diferenciados atractivos, son oportunidades relevantes para el crecimiento de estos mercados; así mismo influye en dicho crecimiento el hecho de que en muchos países se están estableciendo nuevas formas de alianzas comerciales entre organizaciones de productores y empresas transformadoras.

En cuanto al mercado local, aunque es muy incipiente, pues lo existente se reduce a puntos de venta, es importante mencionar como un potencial pues los consumidores manifiestan cada vez mayor conocimiento y demandan estos productos. Son producidos con éxito especies fruti-hortícolas de estación, granos, rubros tradicionales (en épocas específicas). La importante cantidad de fincas certificadas para rubros como la caña de azúcar, el algodón etc., unido al interés de los supermercados de diversificar al máximo su oferta incluyendo también a los productos orgánicos, representa una oportunidad para el desarrollo del mercado local. Por su parte los productores agroecológicos miembros de organizaciones instalan ferias en varios puntos del interior del país, donde dan a conocer el sistema de producción y sus ventajas, organizando campañas de difusión a nivel local, dirigidas a los consumidores.

#### **b. Número importante de productores capacitados e instituciones de asistencia técnica en el sistema de producción orgánico y agroecológico**

Según datos relevados en el marco de la presente estrategia están vinculados a la producción orgánica, aproximadamente 12.000 productores y productoras y cerca de 40.000 en la producción agroecológica, lo que da la pauta de un número importante de productores/as capacitados e implementando estas técnicas de producción. La producción agroecológica, representa un potencial muy importante para el acceso a mercados orgánicos internacionales insatisfechos, por su posibilidad de certificación e inserción en plazos relativamente cortos.

La expansión y crecimiento del número de productores capacitados en el sistema es impulsado permanentemente por las instituciones de asistencia técnica privada – ONGs y por empresas que se insertan a mercados de exportación.

Las asociaciones de productores y organizaciones campesinas, cuentan con monitores capacitados para la replicabilidad del sistema de producción.

Existen agrupaciones como la RED RURAL que son espacios de coordinación de estas instituciones dedicadas a la promoción social y la asistencia técnica en producción orgánica y agroecológica. También la Federación TEKOKATU, agrupa a otras instituciones rurales que capacitan en el mismo tema.

Las empresas cuentan por lo general con un departamento técnico de profesionales capacitados en producción orgánica, tanto en la parte de manejo del rubro específico como de diversificación productiva, normas para la certificación, asisten a sus productores asociados, etc.

Se están dando con mayor frecuencia articulaciones y coordinaciones en trabajos de asistencia técnica entre el sector público y privado, que son formalizados a través de convenios; esta situación representa una buena oportunidad para ampliar las bases de asistencia técnica en este sistema de producción. Por ejemplo, algunas ONGs y empresas privadas trabajan en la actualidad en convenio para la capacitación a los productores, así como empresas privadas en coordinación con la Dirección de Extensión.

A través de la Dirección de Extensión Agraria – DEAg, y del Programa de Recuperación de Suelo del MAG, también se han realizado cursos a productores y agentes de asistencia técnica en producción agroecológica.

Las escuelas agrícolas funcionando en varias zonas del país desarrollan el sistema agroecológico aplicado a rubros de huertas familiares para autoconsumo.

### **c. Experiencias exitosas en el funcionamiento de cadenas productivas de rubros orgánicos**

Existen experiencias concretas de cadenas productivas orgánicas tales como el azúcar, sésamo y algodón, diferentes en complejidad pero similares en el sistema articulado de funcionamiento, donde todas las etapas desde la producción hasta el mercado están interrelacionadas.

En el país, estas cadenas se fueron conformando por iniciativa de la empresa privada, generándose un sistema de trabajo y producción que ha logrado articular varios sectores y actores creando nuevas capacidades, nuevas especialidades, nuevos servicios (en algunos casos puntuales), nuevas líneas de crédito alrededor de los rubros, etc. Los mercados emergentes fueron dando origen a las distintas cadenas, algunas más largas y complejas, con una variedad mayor de actores (participando incluso el Estado). En el caso de la industria del azúcar, incluso se conformó adicionalmente una “mesa de diálogo” entre gobierno, productores e industriales.

Algunas cadenas son más sencillas, como por ejemplo la del Sésamo que se originó a partir de una empresa compradora local en alianza con grupos japoneses interesados en su promoción en el país para luego importarlos. La empresa se abastece de unos 1038 productores, los cuales entregan a un comprador zonal o acopiador y luego llega hasta la sede central. Los principales mercados del sésamo son Japón, países de la UE, EEUU y Korea.

Otro ejemplo de cadena de valor es el caso del algodón orgánico: La empresa ARASY ORGANICA, ahora ARATEX que ha establecido todo un sistema desde la producción en fincas familiares hasta la puesta en el mercado del producto en forma de prendas de vestir y accesorios para el hogar. Este ejemplo puede ser el más ilustrativo en cuanto a alianzas, donde también participan en el proceso las ONGs (Jopoi, Alter Vida, otros) como brindadoras de asistencia técnica, centros de investigación, cooperativas, agencias financiadoras, entre otros.

Adicionalmente a las alianzas, ésta empresa también se encuentra participando en todas las etapas de la cadena, como medida para asegurar la calidad en todos los procesos y reflejarse en los productos finales.

Las cadenas productivas pueden ser una buena alternativa económica para el sector rural pero requieren de un nivel de coordinación y gerenciamiento muy bien llevado, que unifique criterios en los puntos más relevantes y coincida en promover beneficios para todos los participantes.

### **d. Gran cantidad de fincas familiares pueden ingresar al sistema orgánico-agroecológico**

En la agricultura familiar en general predomina la baja utilización de tecnologías productivas de la agricultura moderna, entre ellas los agroquímicos, especialmente por los costos que representa, esto es una oportunidad para la conversión de las fincas al sistema orgánico y acceso a la certificación. De las aproximadamente 300.000 fincas familiares existentes en el país, la mayoría practica una agricultura de subsistencia con rubros tradicionales (mandioca, maíz, batata, poroto etc.) que reciben poco o ningún tratamiento químico; los rubros de renta que sí pudieran estar recibiendo, lo hacen en general en baja cantidad y frecuencia.

De igual manera, se puede afirmar que incluso los suelos no se encuentran totalmente degradados por el laboreo con implementos livianos, propios de pequeños productores. Así mismo muchos conocimientos de las propiedades de hierbas o plantas y cómo utilizarlas (ya sean como repelentes o estimulantes) forman parte del acervo de prácticas desarrolladas antiguamente. La diversificación de especies frutales, forestales de autoconsumo, pecuarios para el sustento de la familia también forman parte de prácticas tradicionales de familias campesinas, que aunque muchas se han perdido, otras se encuentran latentes y cuando reciben una propuesta agroecológica son desarrolladas con mucha habilidad, sentando las bases para ingresar con posterioridad a sistemas certificados. Esta situación se dio reincidentemente en las fincas hoy certificadas y con mercados para rubros específicos de exportación.

Otro aspecto importante que se da en la agroecología es el mejoramiento genético practicado en muchas fincas – en ciertas especies vegetales - por la práctica habitual de la recolección de las semillas de las mejores plantas para su posterior cultivo -, esto promueve la conservación de la diversidad.

La característica de la utilización intensiva de la mano de obra familiar es otro aspecto que le da un importante potencial para su acceso a sistemas agroecológicos y posteriormente orgánicos.

#### **e. Interés actual de instancias publicas por apoyar formas de producción sustentables**

En el ámbito público, en lo que se refiere a la producción orgánica, el interés por la misma ha ido evolucionando de manera creciente desde las primeras resoluciones emitidas en el año 1993 por el SENAVE (anteriormente Dirección de Defensa Vegetal) hasta normativas más consolidadas emitidas posteriormente por el mismo SENAVE, para el sector agrícola, por el SENACSA, para el sector pecuario y el Instituto Nacional de Tecnología y Normalización, en el año 2006.

Así mismo, ha dado un notable impulso un proyecto llevado adelante en forma conjunta por la FAO y la Dirección General de Planificación del MAG (TCP/RLA/3006 “*Apoyo al Desarrollo de la Agricultura Orgánica y el Fortalecimiento Institucional de la Certificación Orgánica*”) en el cual se elaboró en un proceso participativo un Proyecto de Ley, que se encuentra para su aprobación en el parlamento contando con media sanción denominado “*Ley de Control y Fomento de la Producción Orgánica*”. En el mismo se prevé la elaboración de un plan nacional concertado para el fomento de la producción orgánica, que fue el origen de una iniciativa llevada adelante en el año 2007 implementada a través de un convenio de cooperación técnica entre el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el Centro de Estudios y Formación para el Ecodesarrollo (ALTER VIDA) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) para *Promover la Producción Orgánica en el Paraguay*.

El objetivo de dicho convenio: “Ejecutar acciones coordinadas para la Promoción de la Producción Orgánica en el Paraguay, impulsando la elaboración de una **Estrategia Nacional y Plan de Acción** así como la instalación de una Instancia Multisectorial, con la participación de los diferentes sectores involucrados”.

La Estrategia en su fase de implementación permitirá articular esfuerzos gubernamentales como el de acceder a la categoría de “País Tercero” de la Unión Europea, para cuyo efecto se han realizado las gestiones pertinentes.

La importante oportunidad económica que puede representar la producción orgánica es valorada por el sector público, este interés es muy bien visto por todos los sectores, en especial de las empresas privadas quienes acuden a las convocatorias para mancomunar esfuerzos tendientes a la concreción de las leyes, estrategias y planes que formalicen la actividad en el país, dentro de una política de largo plazo. Existen roles o gestiones propias del sector público, que son determinantes para lograr mayor expansión y beneficios económicos para el país.

#### **f. El país posee zonas naturales aptas para implementar el sistema orgánico y agroecológico**

Muchas zonas del país aún permanecen en su estado natural, con abundante masa boscosa y fuentes naturales de agua. El territorio nacional está profusamente bañado por cauces hídricos naturales. Los suelos, son relativamente buenos; con los debidos tratamientos de recuperación y conservación, muchas zonas recuperarán su natural fertilidad.

Existen “cuencas orgánicas” muy importantes en algunos departamentos como Guairá donde se encuentran afincados los cañicultores que proveen materia prima a distintos ingenios azucareros.

También en distritos como Arroyos y Esteros, que alberga a cañicultores orgánicos y horticultores en su momento han declarado un interés especial en promover y hacer conocer sus ámbitos geográficos como cuencas o regiones orgánicas por la cantidad existente de industrias y productores orgánicos. Esto da una idea de la importancia que en ciertas zonas ha adquirido el sistema.

Así mismo en San Pedro y Caaguazú en zonas de fincas algodonerías orgánicas, se trata de expandir el sistema en la misma zona de manera crear una “barrera ecológica” que proteja los cultivos ya establecidos y con certificado de garantía. Las grandes azucareras cuentan con tierras de cultivos propios, asegurando abastecimiento de la planta industrial y el resguardo de zonas orgánicas

El Paraguay tiene una vasta superficie y una baja densidad demográfica, por lo que existen extensas zonas naturales, tales como las zonas de reservas y área de recursos manejados y sus zonas de amortiguamiento, que restringen a los pobladores el sistema de producción a utilizar, debiendo ser necesariamente ecológicos, esto también representa un buen potencial para el desarrollo del sistema orgánico y agroecológico por los pequeños productores de las regiones.

Otra situación de gran relevancia es la existencia del acuífero guaraní en parte del territorio paraguayo en la región oriental, considerado como una estratégica reserva de agua dulce para el futuro, este hecho demanda al Paraguay en ámbitos transnacionales el cuidado y la implementación de una agricultura que no contamine la reserva subterránea que es patrimonio común de varios países del cono sur de América. Este hecho otorga ventajas a la producción orgánica y agroecológica como una alternativa amigable con el ambiente.

Zonas como la región occidental del país, presentan características adecuadas para la ganadería orgánica por la baja concentración demográfica y las pocas actividades antrópicas y económicas.

## B. Limitaciones

### a. La producción orgánica y agroecológica no está institucionalizada ni incluida en las políticas públicas

El desarrollo del sistema de producción se ha dado durante mucho tiempo casi marginalmente a las políticas públicas agrícolas. El crecimiento del sector se dio por un esfuerzo de empresas privadas y de instituciones de asistencia técnica, también del ámbito privado.

Esta situación, - con el transcurrir del tiempo y en la medida de la expansión del sistema productivo - ha generado una presión y demanda cada vez mayor de la atención estatal a diferentes aspectos de la actividad, que pasan por lo normativo, de control, de creación de sistemas de capacitación y difusión de informaciones, de atención en forma específica a los requerimientos crediticios, desarrollo de tecnologías, de investigación, de búsqueda de mayores mercados para el afianzamiento económico, entre otros.

El papel que debe cumplir el sector público es irremplazable en la mayoría de estas demandas, más aún cuando los mercados demandantes condicionan una institucionalidad instalada y en funcionamiento para demostrar credibilidad. En la actualidad, en América Latina muchos países ya poseen normativas y planes de fomento y control en ejecución lo que les genera un dinamismo económico mayor.

La institucionalidad y la promoción de este sistema desde el Estado, transversalizando otros sectores de la política (de educación, obras públicas, industria y comercio, otros) es un reclamo muy reiterado en el proceso de consultas para elaborar la presente Estrategia. La sanción de una Ley que regule y a la vez fomente la producción orgánica, así como el establecimiento de los organismos de control, y fomento son mecanismos necesarios para formalizar la actividad en el país.

Otro aspecto de importancia es la investigación para el desarrollo tecnológico, la implementación de líneas de crédito para operar en la producción orgánica (y agroecológica) mismo las instituciones crediticias tanto públicas como privadas (cooperativas, financieras con proyectos de la banca multilateral).

Es importante reconocer el aporte adicional que realiza este sistema al ambiente, a la economía de agricultura familiar, a los consumidores y en consecuencia brindarles la atención que requieren y fomentar su institucionalización por todos los mecanismos posibles.

#### **b. Alta dispersión geográfica de los productores y débil estructura organizativa**

Los pequeños productores generalmente están organizados en comités de base, en número reducido de miembros; el motivo de la conformación de estos grupos es muy diverso pero todos apuntan a lograr buenas condiciones para sus asociados en el aspecto productivo, de mejoramiento comunitario, o de venta conjunta de productos. El planteamiento de la falta de organización como una limitación, se refiere a la carencia de una eficiente articulación y coordinación a nivel más macro, es decir regional e incluso nacional en el ámbito productivo y de comercialización de los productores orgánicos y agroecológicos. No están instaladas ni legitimadas, organizaciones de segundo piso conformadas por pequeños productores a nivel nacional que consoliden y unifiquen una oferta de productos orgánicos, así como una estructura que reciba y busque responder a las demandas existentes, canalizando los productos orgánicos tanto localmente como en el exterior. Se pierden muchas oportunidades de comercialización de productos en grandes cantidades porque no se consigue reunir los volúmenes existentes en muchas pequeñas fincas familiares dispersas por distintos departamentos del país.

Las organizaciones existentes, tanto las grandes como las pequeñas, apoyadas generalmente por ONGs, no han logrado unificarse para crear una estructura mayor y consolidarla para beneficio de todos los pequeños productores orgánicos y agroecológicos.

El reconocimiento de la desarticulación nace de los propios grupos de productores que desearían poder trabajar en forma más sistémica y poder centralizar respuestas a necesidades tales como: provisión de insumos, pequeños créditos para mano de obra, transporte para acopio, concreción de pagos etc.

Se tiene experiencias positivas de organizaciones de productores cuando las mismas funcionan alrededor ciertos rubros específicos tales como el azúcar, algodón orgánico etc., donde están mejor definidos los objetivos comunes y el mercado receptor; se trata de implementar las actividades propias de los distintos actores, tales como acopio, negociaciones de precios, etc.

#### **c. Escaso acceso a créditos**

Tanto los emprendimientos orgánicos como agroecológicos necesitan acceder a recursos financieros para ser desarrollados, aunque la proporción estará determinada por la escala de producción; en la actualidad no se cuenta con líneas de crédito para desarrollar estos sistemas de producción, con sus necesidades específicas, como un mecanismo de fomento de la actividad.

La producción agroecológica, si bien no cuenta con certificación, es promovida y practicada bajo parámetros similares a la producción orgánica, que excluyen totalmente el uso de insumos químicos, entre ellos estaría el uso de semillas tratadas. Sin embargo, semillas de rubros hortícolas específicamente, que son propios de fincas familiares, no se encuentran disponibles en el mercado y deben importarse si se desea contar con una calidad compatible con la certificación (cuya expectativa siempre está presente) o en caso contrario, continuar utilizando semillas convencionales. La erogación en el primer caso es considerable y la gestión es complicada, esto solamente la realizan algunas asociaciones de productores y cooperativas. Rubros de exportación como la caña de azúcar, el sésamo o el algodón, tienen en gran medida resuelta en la etapa actual la adquisición del material genético localmente, aunque también a un costo significativo.

La utilización de semillas certificadas es restringida a ciertos rubros extendidos en el país (algodón, sésamo, caña de azúcar etc.) y para productores orgánicos. Los productores agroecológicos no acceden fácilmente a estas semillas por su cantidad acotada y precio diferenciado, esto los ubica en desventaja para que en determinado momento puedan acceder a la certificación de orgánicos e ingresen a un mercado diferenciado.

La recuperación y conservación de los suelos son la base para la implementación de la producción orgánica y agroecológica pues esto se constituye en prácticamente una medida profiláctica muy importante, según sus principios. Para tal efecto, los emprendimientos de mayor escala por sobre todo, deben realizar abonados como la aplicación de toneladas de estiércoles y enmiendas e identificar o adecuar los equipos para ello, que no se consiguen normalmente en el mercado local. Así mismo el uso de preparados orgánicos que contienen minerales requieren de la adquisición de sus componentes, que dependiendo de la escala de producción, este costo tendrá una incidencia de consideración en la rentabilidad.

En algunos casos, para cultivos de renta como el algodón, en el manejo ecológico de las plagas se utilizan insecticidas biológicos, cuyo costo es significativo por lo específico del producto (que no es de utilización masiva) y los proveedores son muy limitados.

Otro aspecto que requiere de capital, en el caso de la producción orgánica, es la certificación que en general lo asume la empresa, encontrándose implícito en las negociaciones de ventas al exterior; sin embargo empresas pequeñas o cooperativas mencionan que contar con la certificación de sus productores o asociados, independiente de los compradores internacionales, es una inversión muy importante que otorga mayor maniobrabilidad en los mercados para la búsqueda de mejores oportunidades y mejores precios.

El acceso a financiamiento para capital operativo a ser utilizado en la compra al contado de los productos orgánicos, en el momento oportuno, es un factor indispensable y determinante para el éxito del negocio. Las grandes empresas cuentan por lo general con este recurso, pero las pequeñas o medianas cooperativas o asociaciones de productores no pueden expandir sus sistemas de comercialización por falta de dicho capital.

La necesidad de contar con recursos financieros o líneas de crédito para todas las etapas desde la pre-producción, producción, acopio o para transformación del producto, es perentoria para el desarrollo del sistema.

Los recursos de financistas públicos y privados debieran prever líneas de créditos adecuadas a las necesidades de la producción orgánica y agroecológica para lograr su fomento y mayor expansión hacia otros rubros demandados en mercados internacionales.

#### **d. Falta de incentivos**

El estímulo más importante en la actividad agrícola es la seguridad de comercialización y la negociación ventajosa de los precios, sin embargo hay situaciones que se convierten en obstáculos desmotivantes que pueden llegar a interrumpir un proceso de negociación ya iniciado o un proyecto comercial promisorio. Esto se da tanto a nivel de inversionistas interesados en la producción orgánica, empresarios, así como de los productores; en el caso de los empresarios los mismos mencionan los trámites de exportación, las gestiones, aranceles, certificados de calidad por partida doble – a parte de los muy estrictos de las certificadoras -, que en un momento dado pueden retrasar las fechas de envío de los productos poniendo en riesgo toda la negociación con el consiguiente perjuicio económico.

Esta situación debe ser analizada y evaluada por las instituciones involucradas, de manera a prever mecanismos que agilicen los trámites comerciales y a la par generar incentivos, ya sea arancelarios o de disminución de la burocracia para lograr una dinámica actividad comercial. Esto se traducirá en mejoras económicas para el sector productivo primario, en especial para la agricultura familiar dedicada a la producción orgánica.

Las empresas inversionistas interesadas en activar en el sector orgánico, y con demostrada responsabilidad social también deben ser sujetos de incentivos por su aporte en el cuidado del ambiente y en generar fuentes de trabajo en condiciones adecuadas de respeto y consideración al trabajador.

Los productores orgánicos y agroecológicos reclaman el reconocimiento del aporte que realizan en el cuidado del ambiente y que los mismos se traduzcan en eventos concretos, como disminución de los impuestos, (mecanismo que ya se aplica por Ley a las actividades forestales) implementación de procedimientos para la colocación de productos agrícolas orgánicos o agroecológicos en forma preferencial en instituciones estatales como hospitales, cárceles, instituciones militares, etc. Este procedimiento es implementado con éxito en algunos países por su carácter de prestación de servicios y no representar una simple subvención al sector.

#### **e. Insuficiente desarrollo tecnológico en la producción orgánica y agroecológica**

La producción orgánica y agroecológica tienen aspectos tecnológicos que deben ser resueltos para lograr condiciones adecuadas y competitivas; uno de ellos se refiere a la disponibilidad de material genético en el país; a excepción de rubros específicos, este aspecto debe aún ser desarrollado tanto en la parte de investigación como de producción de variedades que puedan ser reproducidas localmente por los productores.

En la actualidad la falta o escasez de material genético limita a la producción orgánica, que debe importar a altos costos las semillas para no perder la certificación.

En cuanto al manejo ecológico de plagas, control biológico, etc. las investigaciones e innovaciones deben contemplar las distintas escalas de producción y ver las soluciones más adecuadas para los diferentes casos, pues es evidente que las fincas familiares de pequeñas superficies tendrán más oportunidad de aplicar ciertas técnicas con éxito que aquellas de superficies mayores que requerirán otro tipo de mecanismo que responda a los mismos principios.

Así mismo, rotaciones de cultivo, efectos alelopáticos, de diversificación de especies vegetales, etc. también requieren de una compilación de las experiencias y su respectiva validación científica como respaldo de las prácticas que se vienen realizando desde hace muchos años en el país.

Respecto al manejo y recuperación de los suelos, técnicas de abonado orgánico y sus fuentes de origen, constituyen el punto crítico de la producción orgánica y agroecológica; la extracción de los nutrientes y el punto de reposición de los mismos - más aún por métodos naturales permitidos - debe ser objeto de investigaciones y propuestas de soluciones. Además, la producción orgánica, aún certificada, debe cumplir condiciones de inocuidad que están relacionadas sobre todo con fuentes de origen de insumos utilizados.

Otro aspecto a trabajar para el desarrollo tecnológico se refiere a prototipos de equipos simples o maquinarias para realización de trabajos de suelo, tanto para fincas familiares como para cultivos de mayor escala.

#### **f. Condiciones ambientales y territoriales amenazadas por otros sistemas productivos**

La generosa naturaleza del país ofrece muchas oportunidades de generación de ingresos a partir del uso sustentable de los recursos naturales.

Una demanda muy recurrente en el proceso de consultas de la presente Estrategia, es la planificación del uso de los territorios, partiendo de sus capacidades o aptitudes de uso agrológico u otros parámetros, pero que contemplen la presencia de diversos tipos de producción, ya sean convencionales u orgánicos, empresariales y familiares así como la presencia de antiguas comunidades, con sus instituciones afincadas en el lugar.

Todos los sectores involucrados solicitan que se encuentren fórmulas eficaces de coexistencia entre distintos sistemas de producción pues la situación actual lleva a problemáticas muy complejas. El establecimiento de reglas y estricto control de su cumplimiento por parte de las autoridades pertinentes es el reclamo de todos los sectores productivos para un mejor desarrollo de las actividades.

Los sistemas de producción convencionales de gran extensión utilizan métodos mecanizados de aplicación de agroquímicos, los que ocasionan una deriva que pueden alcanzar grandes distancias ocasionando daños directos a la producción orgánica y agroecológica de la zona.

De igual manera los productos transgénicos (OGM- Organismos Genéticamente Modificados) prohibidos en el sistema de producción orgánico y agroecológico, representa una amenaza para la integridad para dicho sistema de producción.

En términos económicos para los productores orgánicos representa la pérdida de la certificación, con su consiguiente disminución en el precio de venta del producto o la pérdida de su mercado; el sistema orgánico implica una inversión de tiempo muy valioso, pues debe cumplir un periodo de transición de al menos 3 años y ceñirse estrictamente a las técnicas permitidas; esto en términos financieros tiene un valor, así como un costo de oportunidad que asume el productor.

### 3.3. Visión de la Producción orgánica en Paraguay al 2017

La visión que se obtuvo a través de la participación de los actores involucrados en las diferentes actividades (talleres, entrevistas, encuestas), planificada para el 2017 es:

**En Paraguay se cuenta con una producción orgánica / agroecológica diversificada, competitiva y con valor agregado; respaldada por una institucionalidad pública-privada sólida, que apoya su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales en un marco de equidad, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.**

# ESTRATEGIA NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y AGROECOLÓGICA DEL PARAGUAY

## 4.1 Descripción de la Estrategia

La estrategia para la promoción de la producción Orgánica-Agroecológica en el Paraguay, esta basada principalmente en el reconocimiento y la necesidad de una fuerte alianza público/privada; reconocimiento fundado en la práctica diaria de los actores de la cadena productiva del sector, donde hay acciones que el sector privado desarrolla para la generación de ingresos, y hay acciones que al sector público le son inherentes e indelegables como el fomento, control y gestión del negocio como Estado (Interlocutor), ante bloques económicos nacionales, regionales y extra-regionales. Entonces estrategia<sup>6</sup> es: definir el camino a seguir para obtener el éxito y evitar los fracasos. Es la descripción de cómo se debe actuar y que se debe hacer para alcanzar el éxito.

Las áreas estratégicas se constituyen en los ejes orientadores de las intervenciones o acciones necesarias para revertir las debilidades y favorecer las potencialidades en el marco de una economía de mercado globalizada, de manera a contribuir decididamente a alcanzar la Visión propuesta para el 2017.

## 4.2 Áreas Estratégicas

Las áreas estratégicas definidas se enmarcan en 6 puntos generales en los cuales se describe tanto su objetivo general, los lineamientos de cada área, así como las actividades a ser desarrolladas. Las áreas son:

Áreas estratégicas:

- **De Mercados**
  - Para el Desarrollo del Mercado Interno
  - Para el Posicionamiento de Mercados Internacionales
- **De Tecnología e Innovación**
- **De Desarrollo Organizacional**
- **Para un Sistema de Gestión de la Información y del Conocimiento**
  - Funciones de entrada
  - Construcción del conocimiento
  - Funciones de salida
    - Eje de capacitación
    - Eje de concientización
    - Eje de difusión de la información
- **De Incentivos y Financiamientos**
- **De Fortalecimiento Institucional**
  - Fomento
  - Control
  - Mesa multisectorial

<sup>6</sup> (GTZ, Gobernación de Caazapa, MAG, 2003).

## A. MERCADOS

### b. ÁREA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO

#### OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA

Desarrollar el mercado interno de productos orgánicos - agroecológicos en concordancia con la realidad productiva del país y las demandas de los consumidores, contribuyendo de esta forma con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto y de la agricultura familiar campesina en particular.

#### LINEAMIENTOS

Se desarrollará el mercado interno de productos orgánicos - agroecológicos como un medio de contribución a la salud y al mejoramiento de calidad de vida de los paraguayos, privilegiando la agricultura familiar y la generación de ingresos mediante el acceso de los pequeños productores a canales de distribución diferenciados y con menor intermediación.

Con el fin de garantizar el acceso de la mayor parte de la población a estas fuentes sanas de alimentación, el mercado se desarrollará sobre la maximización del ingreso de los sistemas productivos y no sobre la diferenciación de precios.

Para estos propósitos y en la intención de responder a la realidad de este tipo de mercado, como primera acción, el *Programa* dimensionará la capacidad productiva de las regiones del país y se analizarán los gustos y preferencias de los consumidores, de tal forma que se tengan las bases para construir una propuesta estratégica que permita el desarrollo equilibrado de la oferta y la demanda.

Se promoverá la organización de los productores por sistemas productivos diversificados que a su vez permitan la economía de escala y el acceso a los servicios de apoyo a la producción, la transformación y la comercialización.

Para satisfacer la demanda de los consumidores se propiciará una oferta diversificada y sostenible que cumpla con las exigencias del mercado: volumen, disponibilidad, frecuencia y calidad, la cual será respaldada a través de sistemas de certificación que garanticen al consumidor la condición orgánica y agroecológica de los productos.

La implementación de la agenda se llevará a cabo en un marco de cooperación pública-privada coordinándose entre las autoridades pertinentes y actores de la producción orgánica (tales como ONG's, escuelas agrícolas, servicios de extensión, investigación, entre otros), el establecimiento de sinergias que favorezca el desarrollo integral y diversificado de los mercados. Así mismo se implementarán mecanismos de información y educación dirigidos a los consumidores con el objetivo de fomentar la demanda de este tipo de productos.

#### ACCIONES

1. Se formulará e implementará un Plan para el desarrollo del mercado interno, local y regional, de productos orgánicos - agroecológicos sobre la base de la maximización de los ingresos de los sistemas productivos y no sobre la diferenciación de precios. Dicha estrategia se llevará a cabo en coordinación con autoridades locales, regionales y actores relacionados y podrá considerar entre otros: ferias, puntos de venta y segmentación de mercado por niveles de ingreso económico.
2. En forma previa a la formulación de la estrategia, se llevará a cabo los siguientes estudios:
  - Un estudio para identificar y caracterizar a los productores orgánicos certificados, en transición y agroecológicos que desean transformar sus sistemas productivos, con el fin de dimensionar la magnitud, diversidad, calidad y frecuencia de la oferta potencial.

- Un estudio de mercado para identificar los gustos y preferencias de los consumidores, Dicho estudio deberá trascender las demandas potenciales individuales de los consumidores y determinar el potencial existente proveniente de las instituciones del Estado: sectores salud, turismo, educación, sistema penitenciario, fuerzas armadas y policiales y de otras instituciones que demanden alimentos.

**3.** En el desarrollo de mercado local se considerará el manejo armónico de la oferta y demanda, evitando así los riesgos que existen para la actividad al desarrollar un proceso de información y educación al consumidor sin contar con una oferta productiva que responda a la demanda esperada.

**4.** Para el desarrollo de la oferta de Productos Orgánicos:

- Se propiciará la organización de productores por cadenas agroalimentarias con el fin de consolidar ofertas, reducir costos en la provisión de servicios, y favorecer el acceso a los mercados
- Se trabajará con sistemas productivos diversificados con el fin de garantizar una oferta variada y sostenida.
- Se articularán acciones con el componente de tecnología, financiamiento e incentivos, información, capacitación, comunicación y difusión

**5.** Para estimular la demanda de productos orgánicos - agroecológicos se propiciará la organización de los consumidores con el fin de informarlos y educarlos en concordancia con el desarrollo de la oferta de este tipo de productos. Para estos propósitos se establecerá una estrategia específica en coordinación con el componente de información y comunicación y, con los medios de comunicación masivos existentes en este país.

- Como mecanismos de garantía al consumidor, se propiciará el establecimiento de la certificación participativa y de la certificación pública o semipública, como complementos a la certificación privada existente.
- Se facilitará el acceso de los productores a los diferentes mecanismos de certificación siempre y cuando se demuestre su vinculación a un mercado.
- Para la producción en transición que se comercializará en los mercados locales, en coordinación con las instancias institucionales correspondientes, se establecerá un sello de garantía al consumidor.

**6.** Se formularán propuestas de proyectos para acompañar la agenda establecida en "Mercados Internos" la cual se presentará a diferentes instancias de cooperación para su financiamiento, así como a las instituciones nacionales vinculadas al tema orgánico

## **b. ÁREA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE MERCADOS INTERNACIONALES**

### **OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA**

Fortalecer, captar y acceder a nuevos mercados internacionales de productos orgánicos a través de alianzas públicos – privadas conformadas por los integrantes de cadenas agroalimentarias e identidades vinculadas a las mismas, ofreciendo productos de calidad y contribuyendo de esta forma a posicionar el país competitivamente, beneficiando directamente a la agricultura familiar organizada, empresas e industrias nacionales y a la sociedad en general.

### **LINEAMIENTOS**

Se fortalecerán los accesos a mercados internacionales a partir de la obtención de rubros con potencial de exportación, provenientes de organizaciones de productores y de empresas nacionales que tengan como fin, la generación de ingresos que contribuyan al crecimiento económico y desarrollo, tanto a nivel local como a nivel nacional. Tomando en cuenta a su vez, la promoción de captación de inversiones de capital que permitan obtener productos con valor agregado.

Se establecerán planes estratégicos que acompañen y promuevan la producción nacional en el extranjero, respaldados por estudios de mercado previos que facilitarán los procesos y accesos a nuevos mercados a través de información actualizada, veraz y oportuna, respaldado por un sistema de gestión de la información a nivel regional y nacional.

Se abrirán espacios de diálogo y coordinación entre actores por medio de la conformación de mesas sectoriales que constituirán una plataforma consolidada en todas las áreas de intervención, generando oportunidades que permitan alcanzar una mejor retribución por sus productos y el reconocimiento a nivel internacional.

Para llevar a cabo un plan de actividades para acceder a nuevos mercados se fortalecerán institucionalmente las estructuras y entidades de control, así como la articulación con otras carteras de Estado, con el objetivo de contar con bases sólidas que apoyen a la puesta en marcha de las actividades planteadas, así como el cumplimiento de la normativa legal con que cuenta el país.

Se tiene contemplado la captación de mercados internacionales que promuevan el aumento del valor de los productos directos de pequeños productores a través de la certificación de comercio justo, así como también el establecimiento de la certificación pública o semipública que permita acceder al mercado europeo.

### **ACCIONES**

1. Se propiciará la organización de productores por cadenas agroalimentarias en rubros que presenten potencial de exportación, con el fin de consolidar ofertas y volúmenes exportables, reducir costos en la provisión de servicios, y facilitar su acceso al financiamiento para apoyar los procesos de vinculación a los mercados internacionales a través de la adquisición de tecnologías, la asistencia técnica, y la certificación.
2. Se identificarán posibles “rubros estrella” de acuerdo a las capacidades productivas del país, y se establecerán Planes Estratégicos para apoyar su posicionamiento competitivo en los mercados internacionales (p.e. azúcar, algodón y otros).
3. Se constituirán mesas sectoriales conformadas por los integrantes de las cadenas productivas de rubros específicos y entidades vinculadas a las mismas, a fin de atender las demandas del sector.
4. Se apoyará la participación de organización de productores que presenten oferta exportable o potencial de la misma, en ferias internacionales y otros eventos y/o foros de productos orgánicos con el fin de establecer contactos comerciales, realizar prospección de mercados y/o acceder a nuevas tecnologías.

5. Se realizarán estudios de mercado, priorizando la existencia de nichos y/o ventanas de mercados, que puedan representar potencial de exportación para los productos orgánicos paraguayos y se establecerán las estrategias pertinentes para acceder a ellos.

6. Se propiciará el fortalecimiento institucional de las estructuras de control del SENACSA y del SENAVE con el fin de garantizar el posicionamiento sostenido de los productos paraguayos en los mercados internacionales de productos orgánico.

7. Se incorporará un componente de información de mercados y monitoreo, como parte del área estratégica "Sistema de gestión de la información y del conocimiento de productos orgánicos" que servirá para apoyar los procesos de toma de decisiones de los actores de la actividad. Dicho sistema transmitirá con oportunidad a los usuarios la información pertinente sobre oportunidades comerciales.

8. Se propiciará el establecimiento de la certificación pública o semipública como mecanismo de reducción de costos de la certificación para acceder al mercado europeo.

9. Se promoverá la captación de inversiones extranjeras en rubros que presenten potencial de mercado, priorizando las inversiones en productos con valor agregado.

10. Se promoverá el incremento en el valor comercial de los productos orgánicos en los mercados internacionales mediante la complementación de la certificación del mercado justo con el de la certificación de los mercados orgánicos.

11. Se propiciará el establecimiento de medidas de apoyo para el posicionamiento de la Producción Orgánica certificada en los mercados internacionales, a través de acciones de la coordinación interministerial, prevista en la línea estratégica de Fortalecimiento Institucional en materia de:

a. Aduanas (nomenclatura arancelaria diferenciada para productos orgánicos – trámites ante las Instancias Internacionales Pertinentes)

b. Ministerio de Industria y Comercio (simplificación de trámites de exportación)

12. Se formularán propuestas de proyectos para acompañar la agenda establecida en "Mercados Internacionales" la cual se presentará a diferentes instancias de cooperación para su financiamiento, así como a las instituciones nacionales vinculadas al tema orgánico

## B. ÁREA ESTRATÉGICA DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

### OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA

Generar e incorporar tecnologías productivas eficientes que posibiliten el incremento de la productividad dentro de los parámetros orgánicos y agroecológicos, respondiendo en forma específica a las demandas de la agricultura familiar y de emprendimientos agrícolas de mayor escala, de tal manera a consolidar los mercados ganados y propiciar el ingreso a otros, agregando valor en la cadena productiva.

### LINEAMIENTOS

Esta área estratégica pretende influir de manera directa en la rentabilidad de la unidad productiva, logrando que el diferencial de la ganancia se base en primera instancia en la mayor productividad como consecuencia de las mejores técnicas y no en la expectativa de precios diferenciados por la calidad orgánica - agroecológica.

Tomando en cuenta la demanda planteada tanto por fincas familiares como por empresas del sector orgánico, se privilegiará la atención del desarrollo tecnológico y de innovación como un medio de mejoramiento de las condiciones productivas para el acceso a mercados de manera competitiva y rentable, aspectos determinantes para la opción y permanencia dentro del sistema de muchos productores orgánicos, especialmente en las cadenas productivas. Para el efecto se buscará dar soluciones adecuadas a las limitaciones productivas actuales que hacen mención reiterada de la recuperación y manejo de los suelos, del manejo ecológico de plagas y enfermedades y la disponibilidad de insumos orgánicos entre otros. Cabe destacar que se utilizarán como puntos de partidas las experiencias acumuladas tanto en fincas orgánicas como agroecológicas donde existen conocimientos y prácticas ya instaladas cuya efectividad comprobada amerita su validación científica y sistematización.

Como otra prioridad originada de las demandas, se desarrollarán tecnologías a ser incorporadas en la cadena de valor, es decir, promoviendo el enfoque de cadenas productivas y la industrialización de rubros demandados por el mercado, se desarrollaran paralelamente técnicas para el logro de la certificación orgánicas aplicadas a cada etapa de la cadena, tales como sistemas de embalajes, refrigeración, transporte, etc. así como la garantía de condiciones de trazabilidad e inocuidad. Todas estas actividades requieren la adquisición de capacidades y habilidades específicas que son necesarias para asegurar el ingreso a mercados más ventajosos.

Se propiciará el intercambio de experiencias técnicas y su posterior difusión para la actualización permanente y la incorporación de innovaciones, en ámbitos internacionales como PROCISUR\*, iniciativa actualmente en ejecución que involucra a institutos de investigación de varios países de América Latina, en especial del Cono Sur donde se implementan coordinadamente experiencias en el área de Producción Orgánica y en la creación de plataformas tecnológicas de cadenas agroalimentarias.

Tomando en cuenta que en el país la producción orgánica y agroecológica descansa mayoritariamente en fincas familiares de pequeños productores organizados en comités, se desarrollarán o mejorarán tecnologías apropiadas para pequeñas industrias, tales como elaboración de azúcar artesanal, fabricación de esencias, pulpas de frutas entre otras, cuyo auge debe ser apoyado para su implementación dentro de marcos técnicos adecuados, que permitan la eficiencia productiva y posibilidades de certificación para su acceso a mercados locales e internacionales. En el mismo sentido es importante tener en cuenta el importante potencial que representan las fincas agroecológicas cuyo número va en aumento, asistidas técnicamente por ONGs, para encaminar emprendimientos a mediano o largo plazo de mayores escalas y atraer inversiones en el sector productivo secundario, sobre todo teniendo en cuenta el limitado mercado local para productos en fresco cuya rápida saturación no permite el crecimiento económico de las fincas familiares.

De igual manera se pretende apoyar la articulación público-privada para desarrollar investigaciones específicas que demande el sector empresarial.

## ACCIONES

1. En el marco de la presente Estrategia se formulará un **Plan de Investigación y Captación de Tecnologías e Innovaciones** a ser liderado por la **DIA** – Dirección de Investigación Agraria, y sus departamentos afines para producción agrícola y el **Viceministerio de Ganadería**, en coordinación con el **SENACSA** para la producción animal, quienes para el desarrollo de sus actividades, además de los recursos presupuestarios corrientes podrán recibir financiamientos para proyectos tanto a nivel nacional a través de alianzas con empresas privadas, ONGs, como a nivel de la cooperación internacional.

2. En el marco del **Plan de Investigación y Captación de Tecnologías e Innovaciones**, se llevarán adelante investigaciones, validaciones científicas y difusión de resultados en las temáticas de:

a. Mejoramiento de suelos bajo el sistema orgánico - agroecológico en coordinación con el Programa Nacional de Suelos, llevado adelante en la actualidad por el MAG.

Los temas sujetos a investigación - validación prioritariamente serán:

- Utilización de distintas variedades de abonos verdes de verano e invierno
- Técnicas de laboreo de suelos
- Desarrollo de prototipos y fabricación de maquinarias adecuadas a la agricultura orgánica/agroecológica (para laboreo, aplicación de abonos, fabricación de compost etc.)

- Diversificación y estudio de la composición de nutrientes de los diferentes abonos orgánicos (estiércoles, compost, sub-productos industriales, compuestos preparados a base de minerales y sustancias de origen animal, etc.)

b. Semillas orgánicas: dada la poca existencia de semillas de origen orgánico, y que la utilización de la misma es un requisito condicionante para acceder a la certificación como producto orgánico, se impone el abordaje del tema priorizando áreas como por ejemplo:

- Desarrollo de semillas orgánicas a nivel nacional para todos los rubros demandados por el sector productivo orgánico/agroecológico
- Generación de semilla básica de variedades que puedan ser reproducidas por semilleras y por los propios productores
- Apoyar técnicamente la incorporación de semilleras a la certificación, en coordinación con el SENAVE
- Creación de un “Banco de Semillas” de variedades locales y nativas

c. Manejo de Plagas y enfermedades: Existe bastante conocimiento y experiencia respecto al uso de sustancias de origen vegetal por sobre todo, utilizadas para tratar las plagas y enfermedades de los cultivos. Los conocimientos acumulados por los productores y técnicos de organismos no gubernamentales especialmente proveen mucho material para su estudio y validación. También las empresas privadas que producen rubros orgánicos han establecido mecanismos efectivos y evolucionado hacia algunas prácticas como el control biológico que pueden ser aplicadas bajo ciertas condiciones. La experimentación deberá centrarse en:

- El tratamiento de plagas y enfermedades más comunes en rubros preestablecidos según prioridades (tales como importancia económica del rubro, cantidad de personas que se dedican a él etc.) basando la experimentación en extractos naturales con efectos repelentes, bactericidas, fungicidas, estudiando los principios activos, modo de acción, dosis, formas de aplicación etc.
- Investigación aplicada en control biológico abarcando la cría de insectos u hongos entomopatógenos pudiendo establecerse mecanismos de alianzas publico-privadas para la ejecución de la investigación.
- Mecanismos profilácticos del ataque de plagas y enfermedades como aplicación de principios alelopáticos, rotación, escalonamiento de cultivos etc.

**d. Incremento de la productividad con técnicas orgánicas - agroecológicas:**

- Implementar modelos productivos encarados como sistemas, basados en una eficiente diversificación de cultivos de autoconsumo y renta.
- Investigar tecnologías combinadas para incremento de productividad (mejoramiento de semilla, combinación de abonos, densidad, riego, etc.)
- Implementar Investigación sobre variedades de rubros "estrella".
- Incorporar tecnologías eficientes y apropiadas para el nivel de fincas familiares y empresariales.
- Realizar el rescate de tecnologías tradicionales agroecológicas.
- Sistematizar la tecnología implementada en modelos agrícolas orgánicos a mayor escala

**e. Investigación en producción animal orgánica:** Se ve como una actividad promisoriosa en el país la implementación de la ganadería orgánica así como la producción de animales menores con dicho sistema. Para llevar a cabo la actividad se promoverá la articulación de sectores relacionados, incluyendo también al sector académico y privado y se apuntará en primera instancia a la capacitación técnica de profesionales principalmente a través de intercambios técnicos con otros países con mayor experiencia en el tema.

Se impulsará así mismo convenios y alianzas público-privadas con Asociaciones de criadores para llevar a cabo proyectos pilotos de crías orgánicas de animales.

**3. Tecnologías para agroindustrias:** se implementará un **Plan de Desarrollo de Agroindustrias Orgánicas**, que tendrá por objetivo otorgar localmente un valor agregado a la materia prima producida y acceder a mercados más exigentes y económicamente más rentables. En este **Plan** se establecerán acciones de corto, mediano y largo plazo así como asistencia técnica diferenciada para pequeñas medianas y grandes industrias, interviniendo el **Plan** en las distintas etapas que puedan representar una limitación para acceder a mercados tales como: manejo pos cosecha, empaques, refrigeración, transformación de los productos, inocuidad, calidad etc.

**4. Difusión de tecnologías e Innovaciones:** Para que la investigación cumpla con sus objetivos y pueda ser beneficiosa para el sector orgánico-agroecológico se preverán mecanismos de difusión de resultados ya establecidos en el Área Estratégica del Sistema de Gestión de la Información y del Conocimiento, en tal sentido se realizarán las acciones siguientes:

- Elaboración y difusión de publicaciones técnicas / científicas de los resultados y sistematización de experimentaciones

- Difundir validación de técnicas investigadas
- Llevar la experimentación a campo (de fincas familiares y empresas) para su mayor socialización
- Validar tecnologías ya desarrolladas en pequeñas fincas a través de la investigación participativa.

## C. ÁREA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL

### OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA

Fortalecer el desarrollo organizacional del sector orgánico y agroecológico para coordinar y articular las diferentes actividades en el marco de la presente estrategia y constituir espacios de interacción entre actores representativos, en función a desafíos productivos y comerciales en ámbitos nacionales e internacionales.

### LINEAMIENTOS

Se fortalecerá el desarrollo organizacional del sector orgánico y agroecológico para promover la integración de todos los actores, con el fin de afrontar conjuntamente las demandas y necesidades propias de la actividad, así como el fijar metas y objetivos en común para alcanzar un crecimiento sostenido a corto mediano y largo plazo, teniendo incidencia tanto a nivel nacional como internacional.

El fomento de la organización se realizará a varios niveles teniendo en cuenta los sectores: campesinos/as, cooperativas, empresarios, nivel regional, nivel nacional, gremios, cámaras etc. Como una primera medida se definirá mecanismos para fomentar la creación y consolidación de organizaciones de productores/as, tanto a nivel de base como organizaciones de segundo grado, para facilitar gestiones conjuntas en ámbitos productivos, de comercialización o de interés comunitario. En este segmento se encuentran activando muchas instituciones tanto públicas como privadas realizando principalmente promoción social y cubriendo geográficamente un amplio territorio, lo que se deberá aprovechar como una oportunidad de enlace y complementariedad en función a un objetivo común que es el desarrollo de las comunidades rurales.

Con agendas bien establecidas se realizarán acercamientos para promover la producción y comercialización de productos orgánicos/ agroecológicos en aquellas organizaciones sensibilizadas e interesadas en el tema, en función al conocimiento previo de un mercado insatisfecho o a la inserción inmediata a emprendimientos comerciales de empresas activas. La agricultura familiar será la principal beneficiaria de la consolidación organizativa de este segmento y de la reactivación económica que pueda generar la inserción en forma asociada a oportunidades comerciales en volumen.

En cuanto al sector empresarial, se fortalecerán las mesas sectoriales que mantengan la vinculación de dichos actores, además tendrán la función de facilitar el flujo de informaciones, coordinar las actividades a favor de un equilibrio entre la oferta y demanda, acceder a nuevos mercados, detectar las demandas y necesidades que van surgiendo y contar con un plan de acción para contrarrestar los obstáculos y alcanzar las metas fijadas.

Las mesas sectoriales serán espacios propicios para la participación no solo empresarial sino de representantes de las organizaciones de productores, de cooperativas, de financistas, lo que posibilitará además a las empresas tener el respaldo y la seguridad de una organización sólida para enfrentar nuevos retos en conjunto y estrechar vínculos entre las partes.

Así mismo, es necesario impulsar iniciativas de acercamiento y conformación de gremios, cámaras a nivel técnico y empresarial, siendo un instrumento necesario para trabajar con un mismo enfoque, acceder a oportunidades y gestionar acciones que beneficien los intereses de los agremiados.

## ACCIONES

1. Se definirá un plan para apoyar y promover la consolidación de organizaciones formales de los productores orgánicos - agroecológicos del país, a través de asociaciones y cooperativas que asuman como fin común el mejoramiento de calidad de vida de sus familias y de sus comunidades en general.

Se promoverá un modelo sustentable de organización con un enfoque de equidad (incluyendo a sectores vulnerables como mujeres, jóvenes e indígenas) buscando siempre el buen manejo de la gestión de los recursos y la participación democrática de los actores en los procesos de toma de decisiones, con el objetivo de obtener mejores oportunidades y beneficios a través del acceso a nuevos mercados, servicios y créditos.

2. Se promoverá el fortalecimiento de estructuras organizativas (comités, asociaciones, cooperativas, central de cooperativas etc.) con el fin de:

- a. Lograr la autogestión a nivel productivo, técnico y comercial
- b. Garantizar la seguridad alimentaria de los asociados y sus familias por medio de la diversificación de productos para su autoconsumo y renta
- c. Impulsar y fortalecer las cadenas productivas e industrialización de los productos para obtener valor agregado de los mismos
- d. Acceder a mercados nacionales e internacionales, obteniendo volúmenes considerables para su comercialización
- e. Facilitar el proceso y reducción de costo de la certificación para la exportación de los productos.

f. Incursionar a mercados diferenciados como el de comercio justo

g. Facilitar el acceso a recursos financieros y/o técnicos

h. Gestionar infraestructuras comunitarias y productivas como:

i. La construcción y mejora de caminos

ii. El acceso a agua potable y red eléctrica

iii. La adquisición de maquinaria, equipos e insumos

iv. El acceso a créditos y el fomento al ahorro

3. Para consolidar el desarrollo del sector, se facilitará el acercamiento de los distintos actores representantes del sector orgánico / agroecológico a través de mesas sectoriales de los productos "estrella" y de todas las iniciativas y productos con perspectivas de crecimiento. Cada una de las mesas tendrán como objetivos específicos el desarrollo y fortalecimiento de las cadenas productivas, atender a las demandas y fijar metas a corto, mediano y largo plazo. Con estas mesas sectoriales se abrirán espacios de comunicación e interacción entre los diferentes actores que intervienen a lo largo de las cadenas, enriqueciendo de esta forma los sistemas de información y acercando las brechas de comercialización para obtener un crecimiento sostenido.

4. Para el fortalecimiento organizacional del sector orgánico - agroecológico, se impulsarán iniciativas de acercamiento gremial de técnicos, empresarios, científicos, certificadores, y todos los que participan activamente dentro del sector

## D. ÁREA ESTRATÉGICA PARA UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO

### OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA

Dotar al sector orgánico - agroecológico de una adecuada capacidad de gestión y acceso a la información y del conocimiento, acorde a los nuevos desafíos y necesidades del sector, estableciendo mecanismos que permitan la socialización, la conformación de una masa crítica concientizada y la capacitación y actualización técnica, convirtiendo el sistema en el motor del movimiento orgánico del país.

### LINEAMIENTOS

Se implementará un sistema de gestión de información y del conocimiento del sector orgánico - agroecológico para la generación y difusión de la información que fortalezca al sector bajo los conceptos de veracidad y oportunidad.

El sistema comprenderá actividades dirigidas a varios destinatarios: técnicos/as, productores/as, sector empresarial, demandante de productos, consumidores, población de la educación formal, etc. Para que el sistema funcione como tal se tiene previsto, no solo el acceso a información generada, si no también contempla la captación de nuevos conocimientos generados en centros de investigación y fincas familiares así como el contacto directo del mercado a través del *Centro de Investigación Nacional*.

Por medio del *eje de capacitación* se fomentará el aumento de la base productiva, lo que se constituirá posteriormente en la oferta en función a los requisitos y exigencias del mercado. Por otro lado, el *eje de concientización* será el responsable de dar a conocer y comunicar las ventajas y beneficios de los productos ofertados para crear una demanda creciente y acorde a los productos ofrecidos en el mercado.

A través de la implementación del sistema de información, se establecerá un equilibrio entre los productos ofertados y las demandas del mercado, dando a conocer esta información a través del *eje de difusión* dirigido a los consumidores, tomadores de decisiones y público en general.

El sistema preverá programas de capacitación tanto para la inclusión en currículas de la educación formal como para la capacitación de adultos en ámbitos no formales. En los espacios de coordinación Inter-Ministeriales a ser promovidos en la presente estrategia se realizarán actividades de cabildeo para que el sistema orgánico - agroecológico (por su contenido ambiental y social) se constituya en un enfoque relevante dentro de la capacitación desde niveles iniciales de la educación en materias pertinentes. En niveles de educación terciaria se estimulará así mismo la inclusión con más fuerza de este sistema productivo como una alternativa válida, tanto para aprovechamiento de oportunidades del comercio internacional como para el desarrollo de la agricultura familiar.

Se organizará el sistema de información de tal manera que responda a los principios del mismo; es decir, el ingreso de conocimientos generados de diferentes fuentes da lugar al procesamiento y construcción del conocimiento para posteriormente difundirse a través de diferentes medios.

La difusión del conocimiento generado en investigaciones de centros especializados como de parcelas comunitarias o fincas modelos que vienen implementando el sistema con muchos años de experiencia, se reconocerá como fuente de información primaria siendo el caudal de conocimiento acumulado.

La capacitación a organizaciones de productores/as se canalizará a través del Servicio de Extensión dependiente del Ministerio de Agricultura y Ganadería, cuyo alcance territorial es nacional, se buscará la coordinación con ONGs, cooperativas así como empresas que activan en el sistema orgánico y agroecológico con énfasis en la apoyo y fortalecimiento de cadenas productivas.

Se elaborarán materiales educativos, folletos, audiovisuales entre otros para respaldo de las capacitaciones. Se fomentará entre los productores la formación de monitores como agentes multiplicadores en las comunidades.

Se establecerán planes de difusión y concientización dirigidos a consumidores locales y sociedad en general, donde se promuevan modalidades sostenibles de consumo relacionadas al uso de la energía, los recursos naturales y consumo de alimentos sin productos químicos entre otros temas. Se buscarán financiamientos para campañas masivas, a implementarse por todos los medios de prensa, poniendo énfasis en la valoración de los productos orgánicos y agroecológicos nacionales.

Para agilizar las transacciones y crecimiento del mercado (interno y externo) se crearán mecanismos de difusión permanente y puntualmente espacios de diálogo entre diferentes actores (empresas privadas, productores, certificadoras, ONGs, autoridades locales, etc.) para el manejo de la información oportuna sobre disponibilidades de productos u oportunidades de mercado a través de boletines, portal y foros electrónicos, talleres, cursos y seminarios (virtuales o presenciales) intercambio entre países o experiencias, cooperación horizontal y evacuación de consultas, etc.

Se contará con una base de datos a nivel nacional a ser subida a sitios en Internet para la compilación de la información y su puesta a disponibilidad a nivel nacional e internacional. En este mismo sentido se incluirán en los Censos nacionales el levantamiento de datos de la actividad orgánica-agroecológica para una aproximación a la realidad productiva del país.

Se implementará un sistema de gestión de información y del conocimiento del sector orgánico - agroecológico para la generación, concientización y difusión de la información que fortalezca al sector bajo los conceptos de veracidad y oportunidad.

A través del sistema se desarrollarán y difundirán estudios, prácticas e investigaciones de las experiencias que se realizan en el país, se monitoreará y evaluará el comportamiento de la actividad a través de estadísticas y levantamientos de datos, se difundirá la información a través de capacitaciones, campañas de concientización y fincas demostrativas. Todos estos procedimientos estarán destinados a dinamizar el acceso continuo de la información.

Para que las organizaciones de productores puedan tener acceso a la información estratégica, se contará con planes de capacitación, comunicación y difusión con el fin de ampliar sus horizontes, mejorar sus capacidades, diversificar sus contactos, incrementar sus conocimientos y expandir sus alianzas y experiencias con otras organizaciones.

Para agilizar las transacciones y crecimiento del mercado (interno y externo) se crearán espacios de diálogo y acercamiento entre diferentes actores (empresas privadas, productores, certificadoras, ONGs, autoridades locales, etc.) con el fin de acortar la brecha entre la demanda y la oferta de los productos, definiendo estratégicamente y de forma coordinada los procesos y pasos a seguir para conseguir un país competitivo y altamente calificado.

## ACCIONES

1. Se estructurará el sistema de gestión de conocimiento, determinando funciones de entrada (captación de la información de diferentes fuentes), construcción del conocimiento (sistematizaciones de experiencias, etc.) y funciones de salida (capacitación, difusión, concientización).

## FUNCIONES DE ENTRADA

2. Para la captación de información de diferentes fuentes se levantarán datos de investigaciones laboratoriales, investigaciones participativas, experiencias de campo, relevamiento estadístico, datos y experiencias internacionales entre otros.

## CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO

3. Para la construcción del conocimiento se implementarán herramientas como la sistematización, la validación, la interpretación y análisis de datos estadísticos entre otros.

## FUNCIONES DE SALIDA

### Eje de capacitación

4. Se elaborarán planes de capacitaciones y actualizaciones para productores y profesionales, tales como: técnicos, universitarios, catedráticos, profesionales del sector público y privado, con la finalidad de crear una oferta de productos acorde a las necesidades del mercado.

5. Los planes se realizarán a nivel formal instalando en los curriculums académicos y no formal a través de articulaciones con distintos sectores. Se abarcarán los siguientes temas:

- Planificación y diversificación de la finca (rubros de autoconsumo y renta), priorizando una metodología dialéctica (acción-reflexión-acción) y enfocándose en la diversificación de ingresos, provenientes de:
  - Producción agrícola
  - Producción pecuaria
  - Elaboración de productos procesados.
- Manejo y recuperación del suelo
- Aspectos culturales, sociales, ambientales y económicos de la agroecología.
- Estrategias de comercialización, con especial enfoque en cadenas agroalimentarias, tomando en cuenta entre otros, los siguientes puntos:
  - Parámetros de calidad de productos
  - Empaque y embalaje
  - Presentación de los productos
  - Canales de comercialización
  - Técnicas de venta

- Promover metodologías de investigación aplicada.
- Desarrollar modelos productivos, de fincas familiares y de producción a mayor escala.
- Fortalecer el desarrollo organizativo para la gestión de:
  - La comercialización asociativa de los productos
  - La industrialización y transformación de los productos
  - Facilitar la exportación de productos con certificación
  - La posibilidad de ingresar en mercados diferenciados como el comercio justo
  - Acceder a recursos financieros y/o técnicos

- A nivel no formal, la capacitación en producción orgánica - agroecológica se incluirá como una opción más de servicio social (Servicio Militar Obligatorio)

6. Se promoverá la instalación y adecuación de fincas demostrativas regionales como centros de desarrollo, de información, capacitación, y asesoría de la producción orgánica / agroecológica en las zonas, impulsando la constante retroalimentación tanto en la investigación como en la capacitación, con la finalidad de enriquecer los conocimientos constantemente y mantener el sistema actualizado.

### Eje de concientización

7. Se definirá e implementará un plan de comunicación y concientización dirigido a varios sectores de la población: productores, consumidores, técnicos, actores políticos, autoridades locales, regionales, nacionales; gremios, organizaciones, cuerpo diplomático, entre otros.

El objetivo principal es el informar en primer término sobre opciones más saludables para el medio ambiente y la sociedad relacionados al consumo en términos amplios y de manera más específica apuntar a informar sobre las bondades de los productos orgánicos/agroecológicos, hacer conocer a quienes los producen y los lugares donde se los puede adquirir, es decir crear un punto de acercamiento del mundo rural con el mundo urbano. Con esta herramienta se fomentará y fortalecerá el crecimiento sostenible de la demanda de los productos orgánicos – agroecológicos a nivel regional, nacional e internacional.

**8.** Se apuntará hacia la concientización y cambio de actitudes en cuanto a hábitos no saludables. Crear conciencia sobre la responsabilidad de cada persona por el cuidado del ambiente, y su participación en el deterioro de la naturaleza a nivel local y mundial. Se desarrollarán campañas a nivel nacional e internacional a través de diferentes medios de comunicación – ya sea en espacios cedidos gratuitamente o pagados- con el objetivo de generar por un lado una cultura de consumo de alimentos sanos y por otro lado, promocionar los productos paraguayos de forma competitiva a nivel internacional.

**9.** Realizar cabildeo con actores políticos a favor de la producción orgánica - agroecológica e impulsar una “campañas de credibilidad” declarando de interés público este sistema de producción en regiones o zonas específicas donde se ha instalado el sistema.

### Eje de difusión de información

**10.** Se creará un *Centro de Información Nacional* para el acceso a los mercados, que proporcionará datos del mismo a los productores como: precio, demanda, trámites de exportación, contactos comerciales, etc. Así también, la difusión de la ley de fomento y control de producción orgánica, de todos los materiales que se irán sistematizando y rescatando de distintas experiencias y de todos los requisitos, normas y procedimientos para formar parte del sector y acceder a distintos mercados a nivel nacional e internacional. Este Centro de Información funcionará en forma coordinada con emprendimientos tales como cadenas productivas, brindando soporte informativo en todos los eslabones.

**11.** Se difundirán tecnologías de producción orgánica - agroecológica, así como las experiencias exitosas de las diferentes regiones, generadas principalmente del Área Estratégica de Tecnología e Innovaciones; siendo esta información, material elemental de apoyo para las capacitaciones a desarrollar a distintos niveles y públicos. También se difundirán datos sobre comercializaciones concretadas, mercados, empresas compradoras entre otros.

**12.** Se adecuará la boleta censal del Ministerio para adquirir información y estadísticas sobre las zonas donde se produce con este sistema y los principales rubros que actualmente se están trabajando.

**13.** Se buscará fortalecer los sistemas de registro de las instituciones encargadas del control de la producción orgánica - agroecológica (SENAVE Y SENACSA) a través de acciones coordinadas, con el fin de facilitar el flujo de informaciones.

## E. ÁREA ESTRATÉGICA DE INCENTIVOS Y FINANCIAMIENTO

### OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA

Estimular la adopción y permanencia de productores y empresas dentro del sistema productivo orgánico - agroecológico, con mecanismos de financiamientos específicos y exoneraciones impositivas, a partir del reconocimiento de las potencialidades económicas para el país y los aportes ambientales y sociales de dicho sistema.

### LINEAMIENTOS

Se trabajará con entes financieros - especialmente públicos - locales para la apertura de líneas de créditos específicas para la producción orgánica y agroecológica, que contemplen condiciones particulares del sistema productivo y se encuentren accesibles en cuanto a: condiciones para ser sujeto del crédito, costo del uso del dinero y los plazos de devolución.

La promoción del sistema de producción orgánico y agroecológico desde los orígenes de su implementación en el país ha sido asumida por las ONGs y empresas privadas, a través de la asistencia técnica principalmente, la pre-financiación de insumos o el pago de la certificación para la comercialización en el exterior; aunque la misma permanece como patrimonio de la empresa.

No obstante una cobertura financiera parcial de la actividad, se impone la habilitación de líneas crediticias para la producción orgánica - agroecológica como parte de una política de incentivo, fomento y expansión, dada la importancia económica que va cobrando tanto en el comercio internacional como en el desarrollo de la agricultura familiar campesina.

Se deberá desarrollar líneas crediticias de corto y largo plazo, atendiendo a las necesidades de gastos inmediatos básicos como insumos y a los requerimientos de inversiones de retorno lento como instalaciones, mejoramiento de suelos, reforestación etc.

Además de las instituciones financieras estatales, paralelamente también se explorarán financiamientos internacionales provenientes de agencias de desarrollo, bancas privadas o multilaterales

En lo que se refiere a otro tipo de incentivos, se promoverá la sanción de Leyes específicas y resoluciones de autoridades locales para la exoneración de impuestos inmobiliarios u otro tipo de incentivos; al respecto se cuenta con antecedentes tales como la Ley 3001 de Servicios Ambientales, la Ley Forestal 422 /73 que hace referencia a la exoneración de impuestos inmobiliarios sobre reforestación y la Ley 533 de Forestación y reforestación, que prevé incentivos financieros.

Así mismo se promoverán articulaciones entre entes involucrados en trámites de exportación y entes de fomento de la producción orgánica para facilitar todas las gestiones comerciales y lograr la concreción de las exportaciones en tiempo y forma, evitando que la burocracia dificulte el acceso a los mercados

### ACCIONES

1. Se trabajará con las instituciones crediticias estatales para definir y establecer condiciones apropiadas para líneas de créditos a ser destinadas a la producción orgánica - agroecológica. En el caso de los pequeños productores, para los créditos a corto plazo: podrán contemplarse por una parte en insumos y por otra parte en efectivo. Para el largo plazo se deberán incluir inversiones productivas, de pequeñas industrias etc. En cuanto a las líneas de créditos empresariales, las mismas deberán contemplar inversiones de mayor envergadura, tanto productivas como industriales, capital operativo etc.

2. Se contactará con cooperativas, instituciones crediticias privadas e internacionales para la inclusión de líneas de crédito para la producción orgánica - agroecológica, tanto para inversiones productivas como agroindustriales y capital operativo para la comercialización (especialmente para la compra al contado de los pequeños productores).

3. Se coordinará con autoridades locales para que sean incluidas en el presupuesto destinado a inversiones comunitarias, las demandas de los productores orgánicos/agroecológicos tanto para la etapa de producción como para la comercialización (principalmente a nivel local relacionadas a infraestructuras para ferias)

4. Se redactarán propuestas de exoneraciones y exenciones fiscales, atendiendo a los antecedentes jurídicos en la materia en el país, donde también ya están previstos este tipo de mecanismos pero aplicados al ámbito forestal.

Las fincas orgánicas y agroecológicas deben ser reconocidas por medio de las exenciones y exoneraciones, dado el importante papel que cumplen para la comunidad y el país en la recuperación de los recursos naturales y su conservación, lo que redundará en una mejor calidad de vida para todo los habitantes.

5. Se trabajará conjuntamente con dependencias estatales que atienden temas de exportaciones para analizar y luego proponer medidas ágiles y eficientes para la exportación de los productos orgánicos.

6. Se firmarán convenios de provisión de productos agropecuarios con organizaciones de productores orgánicos, que se encuentren en condiciones de abastecer en volumen o variedad a instituciones ligadas al Estado. (Fuerzas armadas, escuelas, cárceles, hospitales, etc.)

## F. ÁREA ESTRATÉGICA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

### OBJETIVO DEL ÁREA ESTRATÉGICA

Instalar el sistema de producción orgánico y agroecológico como parte inherente de las políticas agrícolas de gobierno y de Estado, de modo que el mismo asuma funciones tales como: fomento, control, monitoreo del cumplimiento de normativas, articulación de actores, propuesta de políticas y programas, desarrollo de proyectos, investigación, y constituirse en interlocutor de todos los actores del sector orgánico-agroecológico, así como representante oficial del país en el tema. Para la operatividad de sus funciones, el Ministerio de Agricultura y Ganadería creará un “Programa de Fomento de la Producción Orgánica y Agroecológica”, tal como lo establece la “Ley de Fomento y Control de la Producción Orgánica”

### LINEAMIENTOS

La institucionalización de la producción orgánica y agroecológica constituye una de las demandas más planteadas en el proceso de consulta para la elaboración de la presente Estrategia. Se atribuye a esta carencia la poca visualización de las necesidades y oportunidades de este sector, cuya actividad va en permanente aumento, paralelo a las demandas de mercados internacionales.

La creciente actividad comercial de exportación, la orientación de las políticas agrícolas del MAG hacia el fomento de la agricultura familiar, así como el activo trabajo de las organizaciones no gubernamentales en la promoción de este modelo de agricultura, representan en la actualidad una oportunidad para su institucionalización y consideración como una alternativa económica promisorio dentro de las políticas agropecuarias nacionales.

A los efectos de organizar las funciones según la naturaleza de las instituciones y para evitar la creación de estructuras paralelas a las ya existentes, se propone la adecuación de roles de las instancias en funcionamiento, y la coordinación estrecha con las autarquías que constituyen las autoridades competentes de la producción orgánica.

Las demandas de investigación, créditos, asistencia técnica, entre otras, que también se tienen en otros sistemas de producción, serán atendidas en su especificidad pero sin aumentar el tamaño actual de las estructuras estatales.

También se establecerán coordinaciones interministeriales para complementar acciones de desarrollo en las distintas comunidades y apoyo a emprendimientos económicos de empresas privadas.

### ACCIONES

Se tienen identificados 3 entes o institucionalidades necesarias para el desarrollo del sector orgánico/agroecológico a corto y largo plazo:

1. Una entidad responsable del Fomento: que recaerá sobre el “Sistema MAG”, que llevará adelante a través del “Programa de Fomento de la Producción Orgánica y Agroecológica” tareas articuladas y coordinadas llevadas a cabo mediante la transversalización del tema en todas las Direcciones y Dependencias actuales del Ministerio de Agricultura y Ganadería, tales como planificación, investigación, extensión, educación agraria, estadísticas y censos, así como en los Programas Nacionales en implementación entre otros.
2. Una entidad responsable del Control: que recaerá en el SENAVE como autoridad de aplicación de la Ley para la producción agrícola y en el SENACSA como autoridad de aplicación para la producción animal. Las autoridades competentes tienen a su cargo la implementación de las normativas relacionadas a la actividad, así como el registro de los operadores y todas las gestiones e innovaciones en cuanto a procedimientos a nivel internacional.

3. Una instancia aglutinadora de todos los actores del sector orgánico-agroecológico o instancia “multisectorial”: se promoverá la vinculación de todos los actores actuales de la producción orgánica y agroecológica, tanto del ámbito productivo, empresarial, organizaciones de pequeños productores o cooperativas, ONGs, etc. en una instancia o espacio de confluencia que actuará como caja de resonancia de la implementación de la presente Estrategia pero con fines bien definidos relacionados al desarrollo del sector y su crecimiento económico, con los beneficios sociales y ambientales adicionales.

Se llevaran adelante acciones distribuidas por cada entidad o institucionalidad teniéndose así:

**Acciones de FOMENTO:** en la implementación de las acciones de Fomento, será necesaria la asignación de rubros específicos adicionales en el Presupuesto del Sistema MAG, para lo cual la Dirección general de Planificación - DGP - preverá los recursos para el “*Programa Nacional Orgánico y Agroecológico*” a fin ejecutar los Planes de Trabajo o Proyectos a cargo de las distintas dependencias. Dichos rubros contemplarán recursos humanos, equipo, insumos, movilidad y todo lo necesario para realizar las actividades. Adicionalmente se podrán obtener más recursos a través de alianzas público-privadas o convenios de trabajo con otros sectores como empresas u ONGs.

Como parte del Fomento queda a cargo del *Programa* las siguientes acciones

**a. Coordinación Intra Ministerio:** El *Programa* con apoyo de la DGP será responsable de la coordinación con Programas, Planes, Proyectos agropecuarios nacionales llevados adelante por el sistema MAG, de manera a complementar acciones y evitar contraposición de objetivos, sistemas o técnicas en la implementación de la producción orgánica y agroecológica, tendiendo a proponer la regionalización de la producción, en coordinación con los distritos y sus pobladores.

Así mismo, en el marco de la promoción de la Agricultura Familiar Campesina, se incluirá el sistema orgánico o agroecológico como alternativa productiva apropiada para pequeños productores/as. Se promoverá igualmente desde el *Programa* el conocimiento y difusión de acciones llevadas a cabo por el sector privado tanto empresas como ONGs y agencias donantes, de manera a articular acciones en el mismo territorio.

**b. Coordinación Inter Ministerial:** A los fines de instalar eficientemente el sistema orgánico y agroecológico y lograr impactos duraderos, se realizarán acciones coordinadas para distintos temas que el *Programa* establecerá tales como educación y capacitación a nivel formal, que deberá ser incluido en el currículo a través del Ministerio de Educación y Cultura; aspectos de comercio internacional, exportación deberá coordinarse con el Ministerio de Industria y Comercio así como con el Ministerio de Relaciones Exteriores; problemáticas relacionadas a la tenencia de tierras con el INDERT, la promoción de hábitos saludables como el consumo de productos orgánicos a través del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social y gestiones de infraestructuras como caminos para facilitar la salida de productos al mercado con el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, entre otras coordinaciones.

**c. Capacitación para el Fomento a los técnicos del Sistema MAG:** El *Programa*, en coordinación con las distintas dependencias del sistema MAG organizará la capacitación de los técnicos, ya sea en alianza con ONGs, otras instituciones, instancias nacionales o internacionales o con los mismos técnicos del MAG. Así mismo se elaborarán materiales educativos de apoyo para la capacitación técnica.

**d.** Articulación con los gobiernos locales: a partir de experiencias exitosas en algunos distritos del país, de funcionamiento de Mesas de Coordinaciones Inter-institucionales donde confluyen todos los actores que activan económicamente en los distritos, se promoverá la réplica de estas instancias con el liderazgo de las autoridades locales y apoyo técnico-organizativo del *Programa* y los representantes en la zona del Sistema MAG, capacitados en Producción Orgánica/Agroecológica. En las Mesas de Coordinación se coordinarán los distintos programas, proyectos, actividades específicas llevadas a cabo en el distrito, así mismo se promoverá la coordinación o conocimiento de donantes y acciones financiadas, de manera a lograr la complementariedad y evitar superposiciones o contraposiciones de actividades. Se gestionarán además la inclusión en los presupuestos municipales de asistencia técnica, infraestructuras productivas y de comercialización así como insumos para la promoción de la producción orgánica y agroecológica en fincas familiares.

#### **Acciones de CONTROL**

Se fortalecerán las autoridades competentes (SENAVE, SENACSA) para el control de la Agricultura Orgánica - Agroecológica, en materia de:

- Registro, supervisión y control de los operadores de la actividad orgánica (productores, proveedores de insumos, empresas certificadoras, empresas procesadoras, sistemas participativos de garantía de calidad etc.)
- Mantenimiento de una base de datos y estadísticas actualizadas sobre producción orgánica. (Información)
- Difusión de la normativa a nivel nacional.
- Incorporación del tema inocuidad a la normativa
- Establecimiento del sello nacional de productos orgánicos.

- Análisis de la pertinencia o no de la certificación pública.
- Armonización de normas que ponen en riesgo a los productos orgánicos (fitosanitarias y fumigación con productos sintéticos).
- Información de modificaciones en el entorno internacional y de los principales países socio-comerciales sobre normativas orgánicas. (Ejemplo: normas NOP).
- Trámites para el reconocimiento de país tercero ante la UE.
- Adecuación de la normativa nacional frente a la modificación de la reglamentación de la UE. (Vigencia enero 2009).
- Facilitación de trámites de exportación.

Se promoverá la regulación de uso de agroquímicos y transgénicos en base a las normativas vigentes y se abrirán espacios de diálogo para coordinar actividades con los integrantes de sistemas de producción convencional.

#### **Coordinación de actores del sector orgánico y agroecológico**

Se promoverá la conformación de una instancia multisectorial con la participación de todos los actores que componen el sector orgánico/agroecológico. Dicha instancia monitoreará la implementación de la presente Estrategia y tendrá fines de desarrollo del sector, priorizando aspectos económicos y oportunidades de acceso a mercados. Esta instancia podrá funcionar a través de mesas temáticas por rubro o sector de interés, de tal manera que la misma sea operativa y cumpla con las expectativas y los objetivos de los miembros que la integran.

Se fomentará y apoyará la articulación de alianzas público-privadas para propiciar la organización y visibilización de sector orgánico legitimado por los actores involucrados, que contribuirá proactivamente a la implementación y seguimiento de la agenda propuesta, retroalimentando así mismo sus acciones en función a la visión y a las demandas que existen en el sector, coordinando y acompañando todas las actividades que se realicen en corto, mediano y largo plazo.

## AGENDA DE ACCIONES

## Presupuesto para el fortalecimiento a la investigación en el sector de la Producción Orgánica – Agroecológica.

Actividad	Resumen del Presupuesto
1.Creación de un predio de 5 ha dentro del IAN destinado a la investigación y producción de germoplasma orgánicos	59.364
2. Reactivación y Fortalecimiento del Laboratorio de Control Biológico de Cotesia flavipes Cameron para el control de la Diatraea saccharalis.	53.512
3. Investigación en cultivos hortícola, tomate, melón (estimación de un diseño de protocolo )	3.524
4. Costo de implantación y manejo de un Huerto Frutal Familiar Orgánico, en finca de productor. (2.000 m2)	2.440
5. Capacitación, transferencia a productores y conducción de ensayos regionales.	50.040
<b>Total (US \$)</b>	<b>166.684</b>

Actividad	Requerimientos		Cantidad	Costo @ (US \$)	Total (US \$)
1.Creación de un predio de 5 ha dentro del IAN destinado a la investigación y producción de germoplasma orgánicos	Personal de planta	Mando medio	2x12 meses	300	3120
		Jornales( 2 jornaleros	2x8x22x12	10	4224
	Infraestructuras	Cercado (Alambre tejido)	900 m	12	10800
		Invernadero	2x 300m <sup>2</sup>	5000	10000
		Deposito	50m <sup>2</sup>	160	8000
		Sala de trabajo	30m <sup>2</sup>	200	6000
		Sist. de riego	3 ha	1666	5000
	Equipos	Computadoras c/ impr.	1	1200	1200
		Equipo audiovisual	1	1200	1200
		Licuidadora	1	60	60
	Gastos operativos	Mantenimiento vehic.	6x	100	600
		Combustible	3000 ?	0.85	2250
		Teléfono, Internet	12meses	150	1800
		Útiles de oficina			300
Viáticos p/ensayos		36x	60	2160	
Certificación Orgánica		5	100/ha	500	
Divulgación	Material Impreso	1000	2	2000	
	Dia de campo	1	150	150	
<b>Total</b>					<b>59.364</b>

Actividad	Requerimientos		Cant.	Costo (US \$)	Total (US \$)
2. Reactivación y Fortalecimiento del Laboratorio de Control Biológico de <i>Cotesia flavipes</i> Cameron para el control de la <i>Diatraea saccharalis</i> . (Primera etapa)	Personal de planta	Técnico	1	260	3120
		Mando medio	2	160	5.760
	Capacitación de personal	Técnico	1	5.800	5.800
		Personal	2	5200	15.600
	Divulgación	Material impreso	1	1600	1600
	Equipos y mat. de laboratorio	Frascos	100 Unid.	2	200
		Tubo de vidrio	500 Unid.	1,5	750
		Tela metálica 60 micrones	100 m	3,5	350
		Envase colector de huevo	300 Unid.	8	2400
		Plástico Transp. p/ cubrir tubo	1 rollo	60	60
		Pincel cerda de camello	20 Unid.	1	20
		Envase plástico transp.	300 Unid.	0,5	150
		Cacerola aluminio 5 l	4 Unid.	8	32
		Espátula	2 Unid.	1.5	3
		Tapa boca	100 Unid.	1.3	130
Insumos p/ producción hospedero	Dieta artificial	100 kg	60	6000	
	Huevos de <i>D. saccharalis</i> .	1 kg	90	90	
	Algodón hidrófilo	10 Und	1.5	15	
	Azufre	10 frascos	17,5	175	
	Insecticida	2 l	83	166	
Insumos p/ producción parasito	Otros (prodc. de limpieza)			100	
	Huevo del parasitoide	2 g	20	40	
	Cartulina negra absorbente	100 Unid.	2.5	250	
	Frascos de vidrio de 1 l	30 Und.	5.0	150	
	Miel de abeja	1 l	3	3,0	
Personal planta	Algodón hidrófilo	10 Und	1.5	15	
	Mat. diversos			125	
	Mando medio	2	160	5.760	
Insumos p/ producción hospedero	Dieta artificial	100 kg	60	6000	
	Huevos de <i>D. Saccharalis</i>	1 g	80	80	
	Otros(prodc. de limpieza)			100	
Insumos p/ producción parasito	Huevo del parasitoide	2 g	5	10	
	Cartolina negra absorbente	100 und.	2.5	250	
	Miel de abeja	1 l	3	3,0	
	Mat. diversos			100	
<b>Total</b>					<b>53.512</b>
2.1. Alimentación de 16.666 larvas de <i>D. Saccharalis</i> (Segunda etapa)					

Actividad	Requerimientos		Cantidad	Costo (US \$)	Total (US \$)
3. Investigación en cultivos hortícola, tomate, melón (diseño de protocolo)	Insumos	Abono orgánico	6tn	20	120
		Pesticidas permitidos			500
		Cal Agrícola	0,5tn	80	40
		Macetas de plástico	600 Unid	40(x100)	240
		Tutores de tacuara	720 Unid	10(x100)	72
		Hilo ferreteria	2	1	2
		Mulching	300 m.	0.5	150
		Germoplama selectos			
		Herramientas	Pulverizadores	2	100
		H. menores			2000
<b>Total</b>					<b>3.524</b>

Actividad	Requerimientos		Cantidad		Costo	Total
			Año 1	Año 2		
4. Costo de implantación y manejo de un Huerto Frutal Familiar Orgánico, en finca de productor. (2.000 m2)	Insumos	Mudas, Semillas	200 und	50	0,3	150
		Calcáreo dolomítico	1 tn		80	40
		Gallinaza	2 tn		40	80
		Fungicida	5 kg/l	5		160
		Insecticida orgánico	10k/l	10		200
		Orina de vaca	50 l	50		40
	Preparación de terreno	Limpieza	1(hr/trac.)		20	20
		Encalado	1(hr/trac.)		20	20
		Marcación	20 jom.		10	200
	Plantación y Fertilización	Preparación de hoyos	15 jom.		10	150
		Fertilización y plantación	20 jom.		10	200
Cuidados culturales	Carp, pulv.,etc.	50 jom	50 jom	10	1000	
Cosecha	Manual		10 jom	10	100	
	Transporte	2 (hr/trac.)	2 (hr/trac.)	20	80	
<b>Total</b>						<b>2.440</b>

Actividad	Requerimientos	Cantidad	Costo (US \$)	Total (US \$)
5. Capacitación, transferencia a productores y conducción de ensayos regionales.	Personal de planta	1 técnico x24 mes	260	6240
	Vehículo*	1 pick-up D.C.	35000	35000
	Combustible	4000	1	4000
	Viáticos	100	48	4800
<b>Total</b>				<b>50.040</b>

## Listado de Ofertas por parte del MAG

- CAN 2008 (Base de datos cuantitativas.)
- Apoyos directos a la Agricultura Familiar Campesina - AFC
- Apoyos para la adopción de Tecnologías.
- Apoyo al fortalecimiento de la gestión asociativa.
- Capital semilla para financiamiento de producción, para certificación.
- Investigación y desarrollo de productos.
- Personal para capacitar y transferir conocimientos sobre PO.
- Espacios para deliberar estrategias público-privado.
- Interlocutor para el financiamiento de proyectos especiales. (por ej. laboratorios).

<b>PROYECTOS EN EJECUCIÓN</b>	<b>COBERTURA</b>
Tecnificación y Diversificación de la Producción Campesina (DIF)	Alcance Nacional
Manejo Sostenible de Recursos Naturales – fase II (KFW)	Caaguazú, Canindeyú, Caazapá, Concepción, Guairá, Paraguari, San Pedro
Sostenibilidad de los Proyectos de Inversión	Concepción, San pedro, Caaguazú, Caazapá, Paraguari, Amambay, Canindeyú
Fortalecimiento del Sector Agrícola II PG P14 (JBIC)	Alcance Nacional
Paraguay Rural (FIDA) Monto 14.2 millones de dólares, inicio 2006 - 2011.	Concepción, San pedro, Caaguazú, Caazapá, Guairá
PRONAF. Monto 11.5 millones de dólares. Presupuestación del MAG	Alcance Nacional
<b>PROYECTOS EN NEGOCIACIÓN</b>	<b>COBERTURA</b>
Modernización de la Gestión Pública agroalimentaria (BID) Monto: 31.5 millones de dólares, inicio 2007 – 2011	Alcance Nacional
Desarrollo Rural Sostenible (Banco Mundial) Monto 47.5 millones de dólares inicio 2008 – 2013	San Pedro, Caaguazú
Desarrollo Forestal (Banco Mundial) En elaboración	A determinar

## BIBLIOGRAFÍA

- Estrategia nacional para el fomento de la producción orgánica en Nicaragua. “Una propuesta participativa de los actores del movimiento orgánico nicaragüense” P. Cussianovich, M. Altamirano, Responsables técnicos. Managua, Nicaragua: MAGFOR, INTA, IICA, COSUDE, Embajada de Austria – Cooperación para el Desarrollo, 2005. 160 p. ; 24 cm.
- “Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente” Comisión del Codex Alimentarius, CAC / GL 32. 1999, punto 7
- Oficina regional de la FAO para América latina y el Caribe. Santiago, septiembre de 2003. Sitio visitado en noviembre de 2007: [www.rlc.fao.org/es/agricultura/agro/pdf/1](http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/agro/pdf/1)
- Batalha y Buainain, “Cadena Productiva de Productos Orgánicos 2007, Pág. 27. Información actualizada por comité técnico.
- García 2002. IICA-INTA 2004. Citado por Cussianovich, 2005
- Datos de IFOAM 2003
- Base de Datos de Alter Vida [www.productosorganicos.org.py](http://www.productosorganicos.org.py) , proyecto “Alternativas a la pobreza rural en el Paraguay: consolidar los mercados orgánicos y sus estructuras organizativas” Apoyado por ICCO / UE 2008
- GTZ Gobernación de Caazapá, MAG 2003
- Pedro Cussianovich, IICA 2005 con datos de UNCTAD 2004, tomado de ITC 2003
- SOEI / FiBL Survey 2007
- Haumann, 2003, citado por Batalha y Buainain, 2007