



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Circuitos biofísicos y perspectivas de productos agroecológicos de la asociación “Unión para el progreso”, Itauguá-Paraguay.

Biophysical circuits and perspectives of agroecological products at “Union for progress” Association, Itauguá-Paraguay.

INSFRÁN, Amado; APARICIO, Maria José; MIRANDA, José; MEDINA, Olga

Tema Generador: Estrategias económicas en diálogo con la agroecología

Resumen

Las experiencias agroecológicas en el Paraguay han evolucionado con muy poca visibilización de los productos, canales de venta y visión a largo plazo. Este estudio describe los circuitos biofísicos de comercialización de productos agroecológicos y las perspectivas. El estudio realizado entre 2015 y 2016 fue descriptivo y focalizado en una asociación de productores agroecológicos compuesta por 10 miembros. Se comercializan 22 especies de hortalizas, 14 especies medicinales y aromáticas, 18 especies de frutales y 3 especies agrícolas. La venta en tienda local, en feria agroecológica y por parte de terceros, son las estrategias de venta directa más frecuentes. El circuito lineal de venta se estima en 35 km desde las fincas hasta Asunción. Las perspectivas futuras revelaron que existe una visión de mejora y crecimiento. Los circuitos biofísicos construidos por los mismos agricultores tienen un potencial de crecimiento y da visibilidad a la agroecología en el país.

Palabras clave: Canal corto, agrobiodiversidad, agricultura familiar, asociatividad

Abstract

The agro-ecological experiences in Paraguay have evolved with very little visibility of products, sales channels and long-term vision. This study describes biophysical marketing circuits for agroecological products and prospects. The study conducted between 2015 and 2016 is descriptive and focused on an association of agroecological producers composed of 10 members. They have 22 species of vegetables, 14 medicinal and aromatic species, 18 species of fruit trees and 3 agricultural species. The sale in a local store, in agroecological fair and outsourcing, are the most frequent direct selling strategies. The linear circuit of sale is estimated at 35 km from farms to Asunción. Future prospects revealed that there is a vision for improvement and growth. Biophysical circuits built by farmers themselves have a potential for growth and give visibility to agroecology in the country.

Keywords: Short channel, agrobiodiversity, family agriculture, associativity

Contexto

América Latina tiene un importante porcentaje del total mundial de superficie dedicada a la producción agroecológica, destinada en gran parte al mercado internacional y solo una parte al mercado nacional (González et al. 2008). Los circuitos de venta de los productos agroecológicos toman una forma poco común que son los canales cortos o ventas de proximidad, además brindan productos diversificados y organizados por épocas, lo que posibilita un ingreso de dinero casi permanente y aporta equilibrio en la economía familiar (González & González 2009). La comercialización es parte de



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



circuito biofísico y de interrelaciones (Priego et al 2003) que se inicia con la producción primaria, sigue con la transformación y finalmente la comercialización (Demarchi 2010) que incorpora al consumidor final. En el Paraguay existen experiencias agroecológicas con escasa visibilización cuyos circuitos de producción y venta son particularmente interesantes. Este estudio, aquí presentado como “*Relato de experiencia técnica*”, tuvo como objetivos: i) describir los circuitos biofísicos de los productos y subproductos agroecológicos ofertados, y ii) examinar las estrategias de los productores con respecto a la perspectiva futura de la experiencia agroecológica. Las preguntas de investigación se centraron en la identificación de los circuitos biofísicos con identificación de los productos ofertados y qué estrategias subyacen en el devenir cotidiano que proyecte el futuro cercano del grupo social.

Descripción de la experiencia

La experiencia aquí descrita corresponde a la asociación de productores agroecológicos “Unión para el progreso”, localizada en la comunidad San Miguel, Distrito de Itaugua, Departamento Central a 30 km de Asunción, Región Oriental del Paraguay. La misma está constituida por 10 familias miembros que a su vez forman parte integrantes de la Asociación de productores orgánicos (APRO. En esta experiencia, se presentan algunas características particulares, tales como: número de especies de la biodiversidad productiva (lista de especies, preferencia, estacionalidad); los flujos de comercialización (distancia, intensidad de relación y temporalidad) y las perspectivas futuras (visión y estrategias de acción). La muestra de las familias productoras fue del 100% de la población y la de consumidores fue de 15 utilizando el método de saturación, conforme Canales (2006), que fue aplicado a los consumidores de la Feria fija de productos agroecológicos de Areguá y en la finca de las familias. Los datos se colectaron entre los meses de junio de 2015 y agosto de 2016, temporada de mayor producción y demanda hortícola.

Para conocer a profundidad los circuitos biofísicos fueron realizadas entrevistas semi-estructuradas a los agricultores y consumidores. En el primer caso, se ha visitado las fincas de los miembros donde se aplicó el instrumento de colecta en día hábil de la semana, durante el descanso del medio día entre las 13:00 hs. y 16:00 hs de la tarde; mientras que la entrevista a consumidores fue realizada los sábados de 08:00 a 11:00 hs. de la mañana. Los registros de datos de venta de productos fueron proporcionados por la secretaría de la asociación. Además, un grupo focal de 5 miembros mujeres y varones, según señala Geilfus (2002) que permitió obtener las opiniones sobre las perspectivas futuras de la acción agroecológica.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Análisis

Los productos de la agrobiodiversidad identificados en las fincas agroecológicas fueron agrupados en cuatro categorías: (i) entre las **hortalizas** se identificaron veintidós especies comercializadas: *Beta vulgaris* L., *Apium graveolens* L., *Cichorium intybus*, *Solanum* L., *Brassica oleraceas*, *Ipomoea batata* L., *Allium Fistulosum* L., *Brassica campestris* L., *Curcubita moshata* L., *Spinacia oleracea* L., *Asparagus officinalis* L., *Cichorium endivia*, *Lactuca sativa* L., *Capsicum annum*, *Cucumis sativus* L., *Brassica oleracea* L., *Raphanus sativus* L., *Beta vulgaris* L., *Lycopersicum esculentum* L., *Daucus carota* L., *Curcuvia moshata* L. y *Curcubita pepo* L.; (ii) **catorce especies medicinales y aromáticas**: *Ocimum basilicum* L., *Artemisa absinthium* L., *Aloysia polystachya* L., *Aloysia citrodora* L., *Zingiber officinale* L., *Laurus nobilis* L., *Mentha piperita* L., *Moringa oleifera* L., *Origanum vulgare* L., *Petroselinum hortense* Mill., *Ruta graveolens* L., *Rosmarinus officinalis* L., *Mentha pulegium* L., *Salvia officinalis* L., *Thymus vulgaris* L.; (iii) **diez y ocho especies frutales**: *Persea americana* Mill., *Crataegus azarolus* L., *Musa paradisiaca* L., *Averrhoa carambola* L., *Anona cherimola* Mill., *Acronomia totai* Mart., *Prunus pérsica* L., *Fragaria vesca* L., *Campomanesia xanthocarpa* Berg., *Psidium guayava* L., *Inga marginata* Willd., *Citrus aurantifolia* L., *Citrus limón* L., *Citrus reticulata* L., *Carica papaya* L., *Magifera indica* L., *Citrus cinensis* L., *Ananas comosus* L., *Citrus grandis* L., *Vitis vinífera* L.; y (iv) **tres especies agrícolas**: *Zea mays* L., *Manihot esculenta* Cr. y *Phaseolus vulgaris* L. Según los consumidores, los productos hortícolas (*Lactuca sativa* L., *Beta vulgaris* L., *Lycopersicum esculentum* L., *Allium fistulosum* y *Capsicum annum* y *Spinacia oleracea*) son de preferencia pues su demanda es durante todo el año, situación a la que aún no es posible dar respuesta pues las especies son estacionales. Debido a dicha estacionalidad, los productos de verano tienen precios más elevados que los de invierno.

Analizando los flujos, la dinámica de venta de los productos agroecológicos en el caso estudiado cumple con el modelo de circuito corto donde participa el productor-comercializador y el consumidor; que resulta menos compleja en comparación con otros tipos de mercados donde pueden llegar a participar más de un intermediario (acopiador, mayorista, minorista) (Chambilla 2014). El 39% de los productos es vendido en la tienda de Eco Agro, el 31% en la propia de finca, el 15% en la feria agroecológica semanal y el resto a través de canasta de compra (formato *delivery*) que consiste en un esquema de intermediación de empresas mediante pedidos realizados por los consumidores desde la plataforma web.



Los circuitos de venta se concretan en un flujo lineal concéntrico que se inicia en la finca de los agricultores y toman diferentes destinos de acuerdo al esquema de venta. Los consumidores están localizados a una distancia estimada de 35 km del área de producción, hecho que de cualquier forma implica una relación de proximidad entre productores y consumidores (Figura 1).

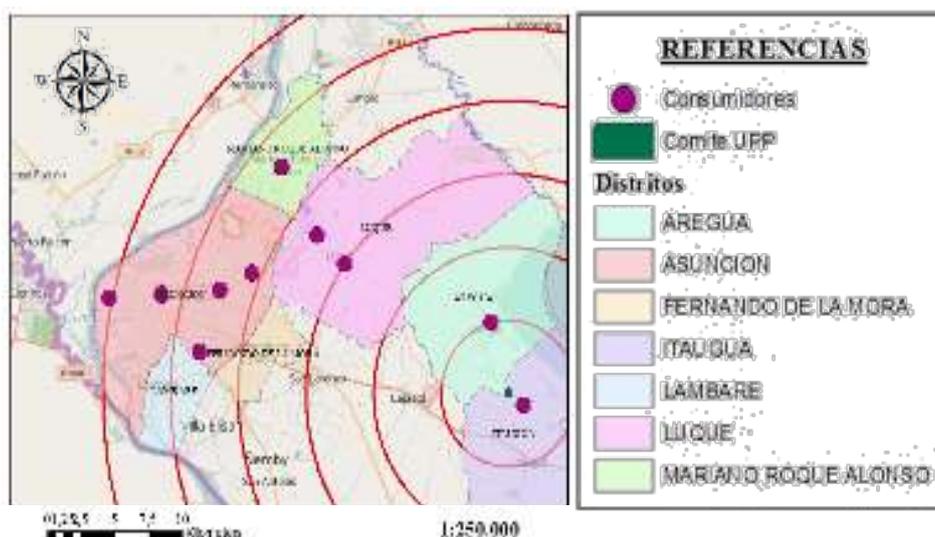


Figura 1. Distancia de circulación de productos en el circuito corto de comercialización

El flujo de productos desde la finca hasta los consumidores, difiere en frecuencia de adquisición según los tipos de consumidores. Se observó que de manera *muy frecuente* los agricultores entregan sus productos a la tienda Eco Agro, es *frecuente* que los consumidores provenientes de las ciudades cercanas de Areguá, Itauguá y Asunción adquieran productos y sub-productos de la propia finca de los agricultores, pero *menos frecuente* es la venta a través de otros circuitos de comercialización como la intermediación por terceros, supermercados y envíos a domicilio. Así mismo, se producen ventas *ocasionales*, desde distintos circuitos cuya caracterización es más dificultosa. Mediante la certificación a través del Sistema Participativo de Garantías (SPG) como agricultores orgánicos y agroecológicos actualmente logran posicionar sus productos en los supermercados (Figura 2).

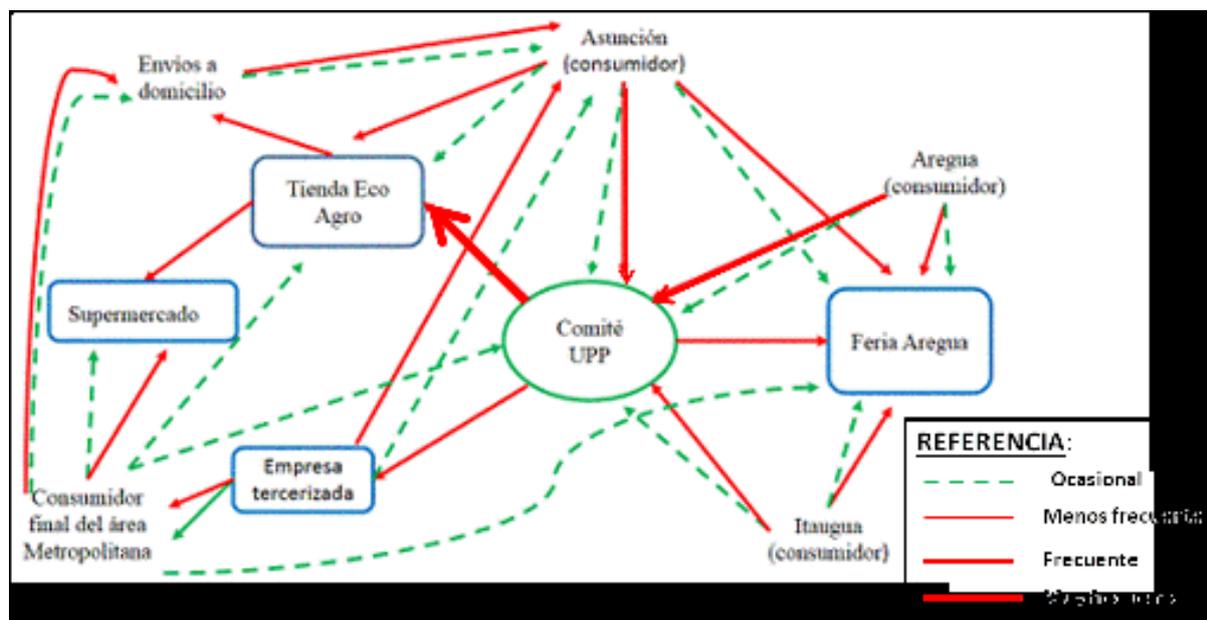


Figura 2. Circuitos biofísicos de los productos agroecológicos e intensidad de relación entre los actores, en el caso de la asociación de agricultores Unión para el progreso, Itauguá, Paraguay.

Aunque el grupo de agricultores manifiesta tener una visión optimista acerca de la proyección futura de su organización, sugiere como puntos esenciales para visibilizar y potenciar de sus actividades: el incremento del ingreso local, coincidente con Gómez & Chiappe (2013), la zonificación y especialización de los sistemas productivos, así como la creación de esquemas y circuitos locales de turismo agroecológico. El análisis FODA ha reflejado condiciones (fortalezas y oportunidades) que pueden favorecer la evolución positiva de la organización local y condicionantes internos y externos (debilidades y amenazas) que requieren de máxima atención por parte de los miembros. Ante ello, las principales estrategias se Resumen en:

Enfocar capacitaciones para satisfacer la demanda continua de alimentos.

Permitir el ingreso de nuevos miembros en la organización a través del incentivo de la certificación agroecológica de la producción.

Designar fincas para la producción y capacitación en semillero agroecológico.

Establecer cooperativas de trabajo para fomentar el auto-empleo.

Promocionar circuitos turísticos de la producción agroecológica.

Establecer alianzas de trabajo con pequeños comercios en zonas urbanas.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Involucramiento intensivo de jóvenes de la comunidad en la cadena productiva agroecológica.

Conclusión

El estudio identificó cuatro principales circuitos biofísicos de los productos agroecológicos en estas fincas rurales de Paraguay, que están centrados en el mercado de proximidad y en los vínculos de actores locales que se coadyuvan mutuamente y cuyas estrategias de evolución positiva tienen fuerte énfasis en las capacidades y crecimiento del grupo social local, fortalecimiento técnico y vínculos comerciales específicos.

Agradecimiento

Al Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología (CONACYT) por la financiación del proyecto 14-INV-308 “Sistematización y visibilización de experiencias agroecológicas en el Paraguay”

Referencias bibliográficas

CANALES, M. Metodologías de investigación social: introducción a los oficios. 1ed. Santiago de Chile. 2006. 406p.

CHAMBILLA, H. Ferias y mercados de productores: hacia nuevas relaciones campo-ciudad. Los mercados locales como medio dinamizador de una agricultura sustentable en el Altiplano y Valle de Bolivia (en línea). 2014. Consultado el 16 de julio del 2016. Centro peruano de estudios sociales. Lima, PR. Disponible en: https://www.avsf.org/public/posts/1663/libro_regional_andino_ferias_mercados_productores_avsf_cepes_2014.pdf

DEMARCHIS, M. El circuito de producción hortícola. Una aproximación al estudio del cinturón verde en los distritos de Monte Vera y Recreo (en línea). Santa Fe, Arg. 2010. Consultado el 6 de Agosto 2016. Disponible en: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-ElCircuitoDeProduccionHorticolaUnaAproximacionAIEs-3670753.pdf>

GEILFUS, F. 80 herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación (en línea). IICA, San José, CR. 2002. Disponible en: <http://ejoventut.gencat.cat/permalink/aac2bb0c-2a0c-11e4-bcfe-005056924a59>

GÓMEZ P., A.; CHIAPPE H., M. Desarrollo local con enfoque agroecológico: la experiencia del Plan de Soberanía Alimentaria Territorial en el departamento de Treinta y Tres. *Agrociencia Uruguay*, v.17, n.1, p.153-163, 2013.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



GONZÁLEZ, H; GONZÁLEZ, A. Comercialización de productos agroecológicos y orgánicos a través de las ferias comunitarias. Asunción, PY, Centro de estudios para el eco desarrollo-ALTERVIDA, IICO. 2009, 62p.

GONZALEZ, H; SOLÍS, D; ESTECHE, G; GOMÉZ, G. Estrategia Nacional para el fomento de La producción orgánica y agroecológica en el Paraguay (en línea). 2008. Consultado el 30 de oct. 2015. Disponible en: <http://www.icco-international.com/int/linkservid/E080F5F3-ED52-73E6-2934E880BFC48B55/showMeta/0/>

PRIEGO, A; MORALES, H; FREGOSO, A; MARUQUEZ, R; COTLER, H. Diagnostico biofísico y socioeconómico de la cuenca Lerma-Chapala (en línea). Dirección de Manejo Integral de Cuencas Hídrica, Mx. 2003. Consultado el 6 de Agosto 2016. Disponible en: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-EICircuitoDeProduccionHorticolaUna-AproximacionAIEs-3670753.pdf>