



ESTUDIO DE RECOPIACIÓN DE DATOS
SOBRE
CULTIVOS POTENCIALES
PARA EXPORTACIÓN
PRODUCIDOS POR
PEQUEÑOS PRODUCTORES EN EL PARAGUAY (FASE II)

RESUMEN EJECUTIVO



AGENCIA DE COOPERACIÓN
INTERNACIONAL DEL JAPÓN





Estudio de Recopilación de Datos sobre Cultivos Potenciales para Exportación, Producidos por Pequeños Productores en el Paraguay (Fase II)

Autores:

Econ. Víctor I. Vázquez Aranda (Coordinador)

Ing. Agr. Rafael Delgado

Lic. Adela de Dubini

Ing. Jessica Caballero



Estudio realizado por encargo de la
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

El derecho sobre la autoría del presente material es reservado a la JICA, salvaguardando sus derechos naturales como donante.

La JICA se deslinda de cualquier responsabilidad acerca de las opiniones emitidas por los autores.

Este material es de distribución gratuita.

Diseño y Diagramación: Fábrica de Ideas.

Asunción, Paraguay

Febrero 2013.

El presente estudio permite confirmar que Paraguay es un país de oportunidades para los productores agrícolas, sean estos grandes, medianos o pequeños. La realidad, sin embargo, muestra que quienes mejor aprovechan estas oportunidades son los grandes y medianos productores vinculados a la agricultura empresarial. La exclusión de los pequeños productores de estas oportunidades tiene relación con los elevados niveles de pobreza prevalecientes en el área rural y los niveles de desnutrición que no coinciden con un país que produce y exporta alimentos para decenas de millones de personas.

Los resultados del presente estudio han permitido determinar que Paraguay es competitivo en la producción de varios rubros producidos por pequeños productores y que los mismos pueden contribuir de manera significativa a generar ingresos para las familias rurales, apoyar la reducción de la pobreza, fomentar el arraigo, contribuir a la diversificación de las exportaciones y crear oportunidades de empleo para la población rural.

Las oportunidades para los pequeños productores se encuentran presentes en rubros que tienen una elevada demanda interna, la cual actualmente no es cubierta con la producción local, pese a las excelentes condiciones climáticas y la fertilidad del suelo. Oportunidades importantes también se encuentran en rubros agrícolas con demanda externa, cuyo potencial de producción y exportación abre oportunidades para los pequeños productores agrícolas del país.

En la Fase I del Estudio para la **“Recopilación de datos sobre cultivos potenciales para exportación, producidos por pequeños productores en el Paraguay”**, encargado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), realizado entre fines del año 2011 y principios del 2012, se han identificado cultivos orientados a la exportación y que son o pueden ser producidos por pequeños productores, que fueron definidos como aquellos que explotan fincas no mecanizadas de hasta 50 hectáreas. La identificación de los cultivos se realizó en base al análisis de la demanda internacional global y en especial de los mercados de Europa y Asia; mientras que para definir el potencial productivo se consideraron los Departamentos de Caaguazú, Caazapá, Itapúa y Alto Paraná.

Los resultados de la primera fase del estudio han permitido identificar cultivos de exportación que presentan condiciones de competitividad y que son o pueden ser producidos por pequeños productores. Un grupo de esos cultivos ya son producidos y exportados (sésamo, azúcar, almidón de mandioca), pero se requiere elevar sus niveles de producción y mejorar su calidad, en tanto que otros (Ka'á he'è, hierbas naturales y poroto mungo) son producidos pero no exportados actualmente, o se exportan en cantidades poco significativas por diversas razones, entre las que se destacan el bajo nivel de la oferta exportable disponible.

Los rubros con una elevada demanda externa que abren grandes oportunidades para los pequeños productores constituyen el centro del presente documento. En este sentido, el estudio para la **“Recopilación de datos sobre cultivos potenciales para exportación, producidos por pequeños productores en el Paraguay (Fase II)”** analiza en profundidad las siguientes cadenas productivas: Caña de Azúcar (azúcar orgánico), Sésamo, Mandioca (almidón), Ka'á he'è, Hierbas Naturales y Poroto Mungo o Mayashi.

El análisis de los eslabones de las cadenas productivas se realiza en el marco del concepto de la competitividad sistémica, considerando los factores que influyen en el desarrollo de la misma, tanto a nivel micro, como también a nivel país, de región o sector y de contexto. El análisis realizado permitió establecer propuestas concretas para mejorar la competitividad de las cadenas productivas, buscando de ese modo contribuir con el desarrollo económico y social de los productores rurales del Paraguay.



CAPÍTULO I: MARCO CONCEPTUAL

En este capítulo se presentan las consideraciones teóricas que permiten comprender la necesidad de promover la competitividad de las cadenas productivas seleccionadas.

Debido al creciente interés internacional sobre las estrategias para promover la competitividad y al surgimiento de índices internacionales como el que publica anualmente el Foro Económico Mundial¹, se puede encontrar en la literatura especializada un sinnúmero de definiciones sobre competitividad. Algunas de ellas consideran exclusivamente aspectos económicos, en tanto que las más sofisticadas toman en consideración una amplia variedad de temas, incluyendo elementos de carácter social, cultural, político y técnico.

Considerando los objetivos del presente estudio, la definición adoptada por este documento es la siguiente:

COMPETITIVIDAD ES:

“El grado en el cual una nación puede, bajo libre comercio y condiciones de mercado equitativas, producir bienes y servicios que participen dentro de los mercados internacionales, mientras mantiene y expande los ingresos reales de la población en el largo plazo” (OCDE, 2006)².

Esta definición pone énfasis en los aspectos económicos principales de la competitividad, pero tiene una consideración especial sobre los ingresos reales de la población en el largo plazo, cualidad fundamental para este estudio, ya que se vincula a los productos de exportación producidos por pequeños productores rurales.

El índice de competitividad del Foro Económico Mundial para el periodo 2012-2013 muestra que Paraguay ocupa la posición 116 entre los 144 países analizados, es decir, en el penúltimo lugar entre los países de América Latina, y por detrás de los miembros del MERCOSUR. La tabla 1 muestra que Paraguay logró avanzar 6 posiciones respecto a la medición anterior, aunque ese avance no logró cambiar la posición relativa entre los países de la región.

Tabla 1: Índice de Competitividad Global. Foro Económico Mundial. 2012-2013

	País	CCI 2012 - 2013		CCI 2011 - 2012	Cambios
		Ranking	Puntos	Ranking	
1	Chile	33	4,65	31	-2
2	Brasil	48	4,40	53	5
3	Perú	61	4,28	67	6
4	Colombia	69	4,18	68	-1
5	Uruguay	74	4,13	63	-11
6	Ecuador	86	3,94	101	15
7	Argentina	94	3,87	85	-9
8	Bolivia	104	3,78	103	-1
9	Paraguay	116	3,67	122	6
10	Venezuela	126	3,46	124	-2

Fuente: Elaboración propia en base a datos del WEF, 2012.

La mala ubicación en el ranking de competitividad no impide que algunos de los rubros seleccionados en este estudio sean competitivos a nivel internacional y que Paraguay figure entre los mayores productores y exportadores en productos tales como el azúcar orgánico, el almidón de mandioca y el sésamo.

A los efectos de considerar los factores de competitividad que afectan a las cadenas productivas seleccionadas, el presente estudio adopta el enfoque sistémico de la competitividad ya que permite identificar los cuellos de botella y facilita la selección y priorización de las iniciativas públicas y privadas necesarias para promover su desarrollo.

La siguiente figura ilustra los principales elementos del enfoque sistémico, en el que el desarrollo integral no depende solo de una función de producción (nivel micro) o de condiciones macroeconómicas estables (nivel macro), sino que también,

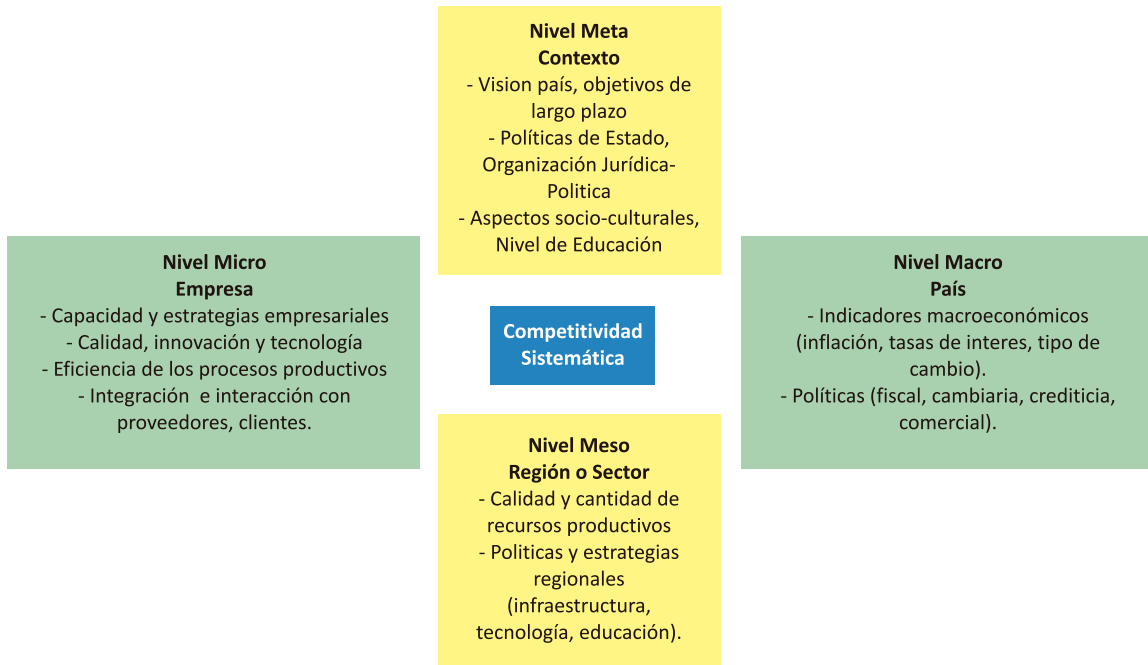
¹ Información adicional disponible en: <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>

² Información adicional disponible en: <http://www.oecd.org/>



de la existencia de medidas específicas del gobierno nacional y regional y de las organizaciones privadas de desarrollo, orientadas a fortalecer la competitividad de las empresas (nivel meso). Asimismo, la capacidad de vincular las políticas meso y macro está en función de un conjunto de estructuras políticas, económicas, así como de factores socioculturales y patrones básicos de organización (nivel meta).

Figura 1: Competitividad Sistemática



Fuente: Esser, K., Hillebrand, W. y otros.: *Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política*. Revista de la CEPAL N° 59. CEPAL. Santiago de Chile., 1996

La siguiente Figura muestra los eslabones de una cadena productiva agrícola, indicando algunos de los procesos, actores e instituciones que contribuyen a determinar su nivel de competitividad.

Figura 2: Eslabones de una cadena productiva



Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO 2: COMPETITIVIDAD SISTEMICA DE PARAGUAY

En esta sección se analizan los elementos de los niveles meta, macro y meso que componen la competitividad sistémica del Paraguay. Al respecto, se analizan los principales documentos de las políticas sectoriales, la institucionalidad y las principales características de la estructura económica y productiva. El análisis del nivel micro, vinculado a las 6 cadenas productivas, es presentado en el Capítulo 3.

2.1. NIVEL META

Este nivel considera las principales políticas de estado y las estrategias de mediano y largo plazo que son impulsadas para promover el desarrollo rural y la competitividad de la producción agropecuaria en Paraguay. El análisis de las políticas públicas tiene la intención de identificar las propuestas vinculadas con los rubros identificados en el presente Estudio, así como las iniciativas tendientes a promover la competitividad de los cultivos de exportación y el desarrollo de las cadenas productivas. Al respecto, las principales políticas de desarrollo impulsadas por el gobierno paraguayo son el Plan Estratégico Económico y Social (PEES), la Política Pública para el Desarrollo Social (PPDS), y el Marco Estratégico Agrario Ampliado 2009-2018 (MEA 2009-2018).

a.- Plan Estratégico Económico y Social (PEES)

El PEES tiene como objetivo promover un crecimiento económico con inclusión social, en el que los beneficios de la producción generen mayor bienestar a la población en general. Las estrategias promueven el desarrollo individual y social, el respeto a los derechos humanos y el derecho a una vida digna, expresados en el acceso a los servicios de salud, educación, vivienda, libertad de pensamiento y expresión, entre otros.

b.- Política Pública para el Desarrollo Social (PPDS)

El PPDS es un documento preparado por el Gabinete Social para el periodo 2008-2013. El documento presenta la “Visión del Paraguay 2020”, que tiene como objetivo construir un país democrático, incluyente, pluricultural y pluriétnico, donde la participación en la vida social, económica, cultural y política, y el acceso a bienes y servicios sociales universales consoliden un desarrollo sustentable.

c.- Marco Estratégico Agrario Ampliado 2009-2018 (MEA)

Este documento establece los objetivos sectoriales para el desarrollo del sector agropecuario y en especial las impulsadas por las instituciones que componen el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y las entidades autárquicas vinculadas y que conforman el Sistema MAG. El MEA 2009-2018 es el instrumento de articulación entre las políticas de desarrollo establecidas en el PEES y el PPDS con las políticas de desarrollo agropecuario.

OBJETIVO GENERAL:

Incrementar en forma sostenida y sostenible la competitividad de la producción agraria en función a demandas de mercado, con enfoque de sistemas agroalimentarios y agroindustriales, socialmente incluyentes y equitativos, de modo de satisfacer el consumo interno de alimentos, así como, la demanda del sector externo, promoviendo e impulsando otras producciones rurales no agrarias generadoras de ingreso, empleo y que permitan el emprendimiento en los territorios.

d.- Plan Agrario

El Plan Agrario lanzado en julio del año 2012 es un documento que ordena los instrumentos de política sectorial promovidos por el MAG y las demás entidades autárquicas que conforman el Sistema MAG. Las líneas e instrumentos de política se corresponden con los ejes de acción del MEA 2009-2018. El documento delinea los objetivos y metas sectoriales del MAG y de los servicios autárquicos correspondientes al año 2012, que se definen como: **“Afirmar e impulsar el nivel de crecimiento sectorial agrario, fundando el proceso en eficiencia, competitividad y diversificación productiva, con inclusión social, económica sostenibilidad ambiental”**.



2.2. NIVEL MACRO

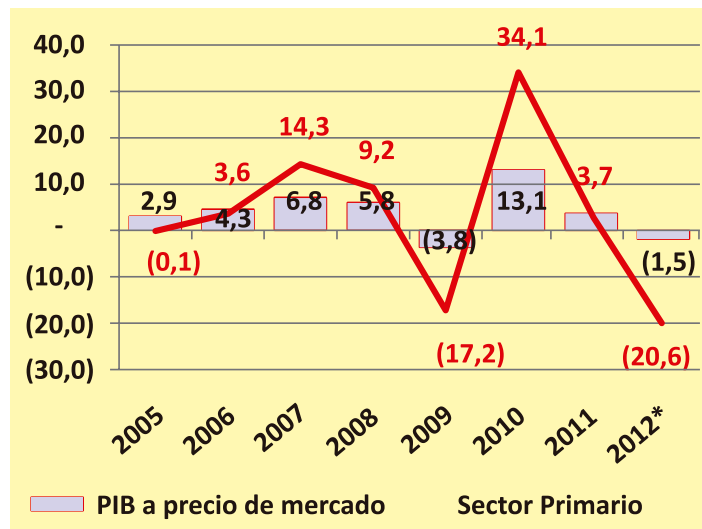
Este nivel analiza los aspectos macro de la economía paraguaya, los indicadores sociales y las estadísticas del comercio internacional.

2.2.1. Estructura económica

La estructura económica y productiva de Paraguay depende en gran medida del sector primario. La base industrial del país es limitada y está conformada en su mayor parte por procesadoras de materias primas de origen agropecuario. La composición de la canasta de exportaciones es poco sofisticada y vulnerable a factores exógenos que pueden incidir sobre la oferta (factores climáticos) y la demanda (precios en los mercados internacionales).

Los factores señalados determinan que aunque se registran niveles de crecimiento importantes en años con adecuadas condiciones climáticas, los resultados son volátiles e impredecibles. La siguiente tabla muestra el crecimiento económico para el periodo 2005-2012, así como el aporte del sector primario al PIB. Se resaltan los años 2009 y 2012, en los que los factores climáticos adversos afectaron significativamente a la producción primaria y provocaron disminuciones del PIB. Por otra parte, el importante crecimiento del sector agrícola en el año 2010 influyó positivamente a alcanzar una tasa de crecimiento histórica del 13,1%.

Gráfico 1: Aporte del Sector Primario al Crecimiento del PIB. 2005-2012



Fuente: BCP. (*) 2012: Estimación preliminar.

2.2.2. Indicadores socio-económicos

A nivel nacional, el 32,4% de la población era pobre en el año 2011, según los datos de la encuesta de hogares de la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC). De ese total, el 18,0% corresponde a pobres extremos. Estos porcentajes son aún mayores en el área rural, donde la pobreza afecta al 44,8% de la población, de los cuales el 29,6% son pobres extremos, es decir, el doble que el nivel nacional y el triple que el área urbana.

Tabla 2: Evolución de los niveles de pobreza y pobreza extrema. (1997 - 2011)

	1997/98	1999	2000/1	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Total País													
Pobreza Extrema	18,8	17,7	16,7	24,4	21,2	18,3	16,5	23,7	23,2	19,0	18,8	19,4	18,0
Pobreza no Extrema	17,3	19,6	20,2	25,3	22,8	23,0	22,1	19,9	18,0	18,9	16,3	15,3	14,0
Pobreza Total	36,1	37,3	36,8	36,8	44,0	41,3	38,6	43,7	41,2	37,9	35,1	34,7	32,4
Area Urbana													
Pobreza Extrema	7,2	5,9	6,7	13,1	13,4	12,2	10,7	14,9	15,4	10,6	9,3	10,3	10,0
Pobreza no Extrema	15,2	18,2	17,0	26,6	24,0	23,3	23,7	20,4	18,2	19,6	15,4	14,4	13,9
Pobreza Total	22,5	24,0	23,7	39,7	37,4	35,5	34,4	35,3	33,6	30,2	24,7	24,7	23,9
Area Rural													
Pobreza Extrema	32,0	31,4	28,2	39,2	31,2	26,2	24,3	35,9	34,0	30,9	32,4	32,4	29,6
Pobreza no Extrema	19,6	21,2	23,8	23,5	21,3	22,8	19,9	19,3	17,8	17,9	17,5	16,5	15,2
Pobreza Total	51,6	52,6	52,1	62,7	52,5	48,9	44,2	55,3	51,8	48,8	49,8	48,9	44,8

Fuente: DGEEC, Encuestas a Hogares 1997-2011



2.2.3. Comercio Internacional

Las exportaciones totales del año 2011 alcanzaron US\$5.520 millones y los bienes de origen agropecuario representaron el 86,6% de ese total. La evolución de las exportaciones permite identificar importantes cambios en la composición de la canasta, resaltando, para el año 2011, el significativo aumento de los envíos de soja (8,5 veces mayor al del año 1990), aceites vegetales (25 veces mayor) y carne (10 veces mayor). Cabe señalar la aparición de nuevos rubros, tales como harinas y cereales, cuyos valores de exportación se han multiplicado por 7 y por 19, respectivamente desde el año 2000.

El valor de las exportaciones vinculadas a cultivos producidos por pequeños productores se estima en aproximadamente US\$200 millones para el año 2011. Estos se encuentran incluidos en la columna Otros de la siguiente Tabla.

Tabla 3. Evolución de las Exportaciones, Rubros Principales. Valor FOB. Millones de Dólares.

AÑO	FIBRAS DE ALGODÓN	SEMILLAS DE SOJA	ACEITES VEGETALES	HARINAS	CEREALES	CARNE	MADERA	OTROS	TOTAL
1990	328,9	267,4	13,2			131,3	37,7	180,0	958,7
1991	313,9	157,1	24,4			52,2	44,3	145,1	737,1
1992	200,3	137,2	42,5			44,3	52,9	179,3	656,6
1993	155,5	223,7	40,4			44,6	63,8	197,2	725,2
1994	151,4	222,3	63,3			49,9	78,7	251,3	816,8
1995	268,1	175,9	63,9			51,9	89,5	270,0	919,3
1996	188,1	324,2	73,5			45,2	94,0	318,4	1.043,4
1997	72,9	493,6	61,4			47,7	100,7	366,4	1.142,8
1998	75,4	440,3	70,7			67,3	69,7	290,7	1.014,1
1999	61,5	307,1	49,1			33,9	58,8	230,2	740,8
2000	78,5	285,9	42,0	62,4	31,7	70,4	75,1	223,4	869,4
2001	83,5	356,3	46,9	78,7	50,7	76,4	68,7	228,9	990,2
2002	36,0	340,7	77,2	105,3	38,4	71,1	55,7	226,2	950,6
2003	57,9	559,3	96,5	151,7	113,9	49,1	59,6	217,8	1.305,7
2004	113,1	573,2	129,2	175,7	65,1	150,3	68,0	278,9	1.553,5
2005	76,0	563,0	102,8	140,9	117,3	251,9	79,0	324,3	1.655,1
2006	40,8	420,4	110,9	138,4	207,2	416,3	95,4	413,9	1.843,2
2007	45,6	860,1	259,9	298,3	350,7	364,3	110,6	527,7	2.817,2
2008	25,4	1.485,3	587,9	545,8	373,0	622,2	118,4	705,2	4.463,3
2009	20,2	787,2	260,8	378,7	456,9	579,0	96,0	588,4	3.167,0
2010	24,4	1.590,8	275,6	349,2	549,2	919,8	101,6	723,3	4.533,8
2011	17,0	2.294,6	339,7	416,7	607,6	753,0	96,6	992,1	5.517,4

Fuente: Elaboración propia, en base a datos del BCP.

La elevada dependencia respecto al MERCOSUR implica importantes desafíos para el comercio exterior de Paraguay, considerando que en situaciones de retracción de la economía internacional, se incrementan las dificultades para acceder a los mercados de los países socios del bloque.

Tabla 4. Evolución de las Exportaciones. Por Destino. Valor FOB. Millones de Dólares.

Año	ARGENTINA		BRASIL		URUGUAY		Total MERCOSUR		CHINA CONTINENTAL		RESTO DEL MUNDO		TOTAL
	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	
1990	55,5	5,8%	312,3	32,6%	11,6	1,2%	379,3	39,6%			579,3	60,4%	958,7
1991	45,1	6,1%	203,1	27,6%	11,3	1,5%	259,5	35,2%			477,6	64,8%	737,1
1992	64,1	9,8%	171,4	26,1%	10,8	1,6%	246,4	37,5%			410,2	62,5%	656,6
1993	64,9	9,0%	215,1	29,7%	7,2	1,0%	287,3	39,6%			437,9	60,4%	725,2
1994	90,7	11,1%	323,7	39,6%	10,4	1,3%	424,8	52,0%			392,0	48,0%	816,8
1995	83,3	9,1%	410,8	44,7%	33,9	3,7%	528,0	57,4%			391,3	42,6%	919,3
1996	95,8	9,2%	520,7	49,9%	43,6	4,2%	660,1	63,3%			383,3	36,7%	1.043,4
1997	104,7	9,2%	457,9	40,1%	23,8	2,1%	586,3	51,3%			556,5	48,7%	1.142,8
1998	152,7	15,1%	349,3	34,4%	28,7	2,8%	530,8	52,3%			483,3	47,7%	1.014,1
1999	53,3	7,2%	235,0	31,7%	19,2	2,6%	307,5	41,5%			433,3	58,5%	740,8
2000	92,0	10,6%	336,6	38,7%	123,0	14,1%	551,5	63,4%			317,8	36,6%	869,4
2001	60,8	6,1%	277,9	28,1%	180,0	18,2%	518,7	52,4%			471,5	47,6%	990,2
2002	34,7	3,7%	353,0	37,1%	165,1	17,4%	552,7	58,1%			397,9	41,9%	950,6
2003	69,8	5,3%	433,3	33,2%	269,8	20,7%	772,9	59,2%	17,4	1,3%	515,5	39,5%	1.305,7
2004	93,4	6,0%	290,2	18,7%	444,1	28,6%	827,8	53,3%	41,4	2,7%	684,3	44,0%	1.553,5
2005	102,6	6,2%	315,9	19,1%	474,1	28,6%	892,6	53,9%	66,5	4,0%	695,9	42,0%	1.655,1
2006	149,1	8,1%	311,8	16,9%	412,5	22,4%	873,4	47,4%	19,0	1,0%	950,8	51,6%	1.843,2
2007	518,6	18,4%	521,2	18,5%	261,3	9,3%	1.301,2	46,2%	54,0	1,9%	1.462,0	51,9%	2.817,2
2008	727,0	16,3%	628,1	14,1%	780,2	17,5%	2.135,4	47,8%	95,5	2,1%	2.232,4	50,0%	4.463,3
2009	343,1	10,8%	655,5	20,7%	534,1	16,9%	1.532,7	48,4%	33,6	1,1%	1.600,6	50,5%	3.167,0
2010	538,1	11,9%	660,5	14,6%	995,7	22,0%	2.194,3	48,4%	34,1	0,8%	2.305,4	50,8%	4.533,8
2011*	972,6	17,6%	782,9	14,2%	1.061,6	19,2%	2.817,1	51,1%	29,6	0,5%	2.670,7	48,4%	5.517,4
Promedio 2000-2011		9,7%		28,6%		11,7%		50,0%		1,7%		49,3%	

(* Incluye 27 países que conforman la Unión Europea. (** Incluye a Corea, China, Hong-Kong, India, Japón, y Taiwán.

Fuente: Sistema Informático Sofía de la Dirección Nacional de Aduanas (DNA).



La estructura de los mercados de destino establece una distribución poco diversificada y excesivamente dependiente de los mercados regionales, especialmente del MERCOSUR. Los cuestionamientos sobre las reales ventajas del MERCOSUR se acentuaron desde mediados del año 2012, cuando surgieron nuevos reclamos sobre el modelo de integración y las perspectivas que tiene Paraguay como parte del bloque regional, considerando que se mantienen elevados déficits comerciales con los principales socios (Argentina y Brasil), y que el proceso de integración ha beneficiado muy poco a los pequeños productores agrícolas del Paraguay.

El presente estudio permite determinar que Paraguay cuenta con un gran potencial para ampliar las exportaciones destinadas a los mercados de Asia y Europa, a los cuales se destina actualmente solo el 12% de las exportaciones totales. Esos destinos tienen las ventajas de ser mercados con los cuales se podrían establecer contratos más formales y estables, además de ser economías en expansión (especialmente Asia) y con creciente nivel de poder adquisitivo.

2.3. NIVEL MESO

El territorio paraguayo se divide en 17 Departamentos, 14 de los cuales se ubican en la Región Oriental y 3 en la Región Occidental o Chaco. Existen a la fecha 248 Municipios, registrándose un proceso constante de creación de nuevos Distritos.

En general, el análisis realizado permite concluir que existe una limitada incidencia de los gobiernos descentralizados en el desarrollo rural debido principalmente a las insuficientes capacidades institucionales de las gobernaciones y municipalidades para promover políticas y programas orientados al desarrollo del sector productivo.

CAPÍTULO 3: COMPETITIVIDAD DE LOS RUBROS SELECCIONADOS

En esta sección se presentan los resultados del análisis realizado sobre cada una de las cadenas productivas seleccionadas, considerando los componentes de producción, comercialización, procesamiento e industrialización, y exportación. El contenido está basado en las entrevistas a los actores relevantes de las cadenas, así como en los talleres participativos, las visitas de campo y las encuestas aplicadas por el equipo de trabajo.

3.1. CAÑA DE AZÚCAR (AZÚCAR ORGÁNICO)



Producción

- La caña de azúcar es uno de los rubros tradicionales más extendidos entre los pequeños productores de Paraguay. Es un cultivo semi-perenne, que se puede producir durante 5 a 7 años, e incluso más, con un nivel de exigencia relativamente bajo en materia de tecnologías de producción.
- La producción se ha concentrado en la zona central de la región Oriental, principalmente en el Departamento de Guairá, en conexión con las industrias de azúcar convencional. Desde hace aproximadamente una década se ha expandido a otros Departamentos por el crecimiento de la demanda de materia prima para las industrias del etanol y el azúcar orgánico.
- Los rendimientos promedios obtenidos en Paraguay son relativamente bajos (menor a las 50 ton/ha) en comparación a los países de la región, donde se logran rendimientos superiores a las 100 ton/ha.
- En la producción orgánica las limitaciones para utilizar abonos sintéticos y defensivos vegetales derivan en rendimientos más bajos que en la caña de azúcar convencional (alrededor de 40 ton/ha)

Comercialización

- Por la elevada incidencia de los costos de transporte, la caña de azúcar, tanto convencional como orgánica, es un cultivo localizado en torno a las industrias. Idealmente los cultivos deberían estar en un radio no mayor a los 20 o 30 Km del ingenio para que los costos del flete no afecten la rentabilidad de la producción. En la mayoría de los casos, los productores asumen los costos de la cosecha, estiba y transporte hasta los ingenios.



- Los precios son acordados entre las partes, tomando como referencia los precios pagados por la empresa estatal PETROPAR SA por la caña de azúcar convencional utilizada en la producción de etanol. Al año 2012, los precios promedios se encontraban en alrededor de 200.000 guaraníes por tonelada, puesto en el ingenio.
- Paraguay es el único país en la región donde no se tiene en cuenta el contenido de sacarosa de la caña de azúcar³. Esto implica que los ingenios pagan el precio base por tonelada métrica sin tener en consideración los rendimientos industriales de la materia prima.

Procesamiento e Industrialización

- La caña de azúcar es la materia prima para una amplia variedad de industrias: etanol, azúcar convencional y azúcar orgánico, al igual que para la producción de miel de caña y aguardiente (caña o ron).
- La caña de azúcar también se utiliza como forraje para animales. Esta característica exacerba la escasez de materia prima en épocas de sequía, al entrar también los ganaderos a competir por esta materia prima.

Exportaciones

- Las exportaciones de azúcar orgánica muestran un importante crecimiento, aunque con una significativa volatilidad, derivada de las variaciones en la producción de materia prima causadas por factores climáticos.
- Paraguay es el mayor exportador mundial de azúcar orgánico desde hace más de 10 años. El azúcar orgánico producido en Paraguay se destina en su casi totalidad a la exportación, siendo Estados Unidos el principal importador, aunque vienen ganando importancia otros mercados de Europa.
- Paraguay cuenta con una cuota para exportar azúcar convencional con preferencias arancelarias al mercado de Estados Unidos, pero se ha cumplido de manera irregular con la misma.
- El azúcar convencional se destina principalmente al consumo interno, aunque la demanda interna no se abastece en su totalidad. El saldo no cubierto con la producción local es complementado con importaciones, aunque los referentes del sector indican que provendrían del contrabando, siendo los precios del azúcar convencional en países vecinos menores a los de Paraguay.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Paraguay es el mayor exportador mundial de éste rubro. • Su base productiva se encuentra consolidada, con fincas certificadas de producción orgánica en varias regiones del país. • Los productores de azúcar orgánico se encuentran relativamente bien organizados en asociaciones. • Existen zonas agrológicas aptas para el cultivo de caña de azúcar (por ejemplo: norte de la región Oriental). 	<ul style="list-style-type: none"> • La capacidad productiva de la materia prima (caña de azúcar orgánica) no cubre la demanda interna. • Los rendimientos son relativamente bajos. • Escasez de mano de obra en las zonas productoras, especialmente en épocas de zafra. • Limitaciones para obtener abonos orgánicos. • Las organizaciones de productores no evolucionan a estructuras más sofisticadas (cooperativas).
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Creciente consumo de productos orgánicos a nivel internacional. • Europa no aplica cuotas de importación. • El azúcar orgánico permite la aplicación del sistema de Comercio Justo (Fair Trade), con importantes beneficios para los pequeños productores. • Aumento en la capacidad instalada de producción en varios ingenios, que demandarán mayor cantidad de materias primas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brasil se ha posicionado como competidor. • La demanda internacional de etanol concentra la expansión de la caña de azúcar convencional. • Las industrias de etanol y de azúcar convencional compiten por la misma materia prima y los precios altos pagados en años recientes incentivaron a productores a abandonar la producción orgánica. • Los bajos rendimientos de la caña de azúcar orgánica y el escaso margen en los precios, genera que productores abandonen la producción orgánica.

3.2. SÉSAMO



Producción

- El sesamo se ha constituido en un cultivo alternativo con el potencial de reemplazar la producción de algodón como rubro de renta para los pequeños productores.

³ El contenido de sacarosa de la caña de azúcar se mide utilizando la escala de grados Brix (símbolo °Bx).



- Luego de alcanzar hasta un máximo de 50.000 fincas en el año 2008, la producción de sésamo se contrajo significativamente, estimándose al año 2012 en unas 40.000. Las razones serían la reducción en los precios internacionales y los menores rendimientos por la baja calidad de las semillas y agotamiento de los suelos.
- Es fundamental que los actores relacionados (sector público, privados y academia), coordinen esfuerzos para elevar los rendimientos y consolidar este rubro estratégico para la generación de ingresos.

Comercialización

- El sésamo es un rubro alimenticio, que pese a sus cualidades nutricionales, tiene bajo niveles de consumo en Paraguay, registrándose la exportación del mismo en casi su totalidad. En el mercado interno se consume como un componente de ciertos panificados, cereales y barras alimenticias.
- El comercio interno se caracteriza por la creciente intensificación de la competencia entre empresas. También los acopiadores oportunistas que pagan mayores precios, distorsionando la relación con las industrias.
- Esta situación se debe al escaso nivel de organización de los productores y a la informalidad de las relaciones entre acopiadores y productores, siendo casi inexistentes los contratos o acuerdos formales.

Procesamiento e Industrialización

- El sésamo es exportado con un nivel básico de procesamiento que se reduce a la limpieza, clasificación y envasado. Las exportaciones con mayor valor agregado, tales como aceites o pastas, son ínfimas.
- La expansión de la producción de sésamo hasta el año 2008 ha permitido que empresas nacionales e internacionales realicen importantes inversiones en materia de procesamiento y clasificación de semillas.
- La recuperación de los rendimientos es fundamental para sostener las plantas procesadoras, que sin materia prima deberán cambiar de rubro o cerrar, con todos los costos sociales que puede implicar.

Exportaciones

- El volumen y el valor de las exportaciones alcanzó su mayor nivel en el año 2008, con US\$96,2 millones. Desde entonces se han reducido a un nivel mínimo de US\$37,4 millones en el año 2012.
- La disminución de las exportaciones se debe a la menor oferta exportable. Si se logra recuperar los niveles de rendimiento, las ventas externas podrían alcanzar y superar los niveles del año 2008, considerando que el sésamo paraguayo se ha posicionado en los mercados internacionales por su calidad.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Importante base productiva, con alrededor de 40.000 fincas dedicadas al rubro. • Buena calidad del sésamo paraguayo. • Aceptación internacional, que posiciona a Paraguay entre los mayores exportadores del mundo. • Existencia de empresas exportadoras con experiencia en operaciones con mercados de Asia y Europa. • Paraguay es uno de los pocos países que produce sésamo orgánico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de producción y reducción paulatina de los rendimientos debido principalmente a la pérdida de calidad de las semillas y el agotamiento de los suelos. • Fallas en el manejo pre y post cosecha en las fincas. • Falta de infraestructura de almacenamiento. • Problemas en el sistema de comercialización, especialmente por la creciente presencia de intermediarios oportunistas. • Falta de organización entre los pequeños productores.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso preferencial a mercados de Asia y Europa (Japón y Europa tienen arancel cero). • Existen pocos productores internacionales de sésamo negro, siendo los principales China y Myanmar. • Aumento en el consumo internacional del sésamo. • Demanda internacional de sésamo orgánico, siendo Paraguay uno de los pocos productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrictas exigencias sanitarias en algunos mercados, especialmente Japón. • Elevada dependencia del mercado japonés. • Incremento en la producción de países competidores de África. • Buenos precios internacionales pueden atraer a nuevos productores (Brasil y varios países de África).



3.3. MANDIOCA

Producción

- Es el cultivo más extendido en Paraguay, siendo producido en más de 200.000 fincas (CAN 2008), principalmente por pequeños productores, con el doble propósito de autoconsumo y renta.
- La productividad promedio del país (menos de 15 ton/ha) es menor a los rendimientos obtenidos en la región.
- El cultivo de variedades industriales, con alto contenido de almidón y no aptas para consumo es muy limitado.
- El bajo nivel de producción afecta el desarrollo potencial de la industria del almidón, que debe competir con otras industrias, así como con el aumento registrado en el consumo de mandioca fresca.

Comercialización

- Parte de la producción se destina al autoconsumo, estimándose un consumo per cápita de 100Kg/año.
- La mayoría de los productores realizan ventas directas a acopiadores directamente de las fincas.
- Las industrias compran mandioca puesta en fábrica, asumiendo el productor los costos de flete y los riesgos inherentes. El uso de “planes de venta”, instrumento que permite acordar los montos y plazos de entrega a industrias, se ha extendido entre varias empresas. Los planes se acuerdan con asociaciones de productores.
- Las industrias del almidón se encuentran en proceso de pagar precios diferenciados por el contenido de almidón de la mandioca, aunque es todavía una práctica limitada a algunas empresas de gran porte.

Procesamiento e Industrialización

- Desde principios del nuevo milenio se han acentuado las inversiones industriales de gran escala. La capacidad de procesamiento se estima en 3.500 toneladas por día (2012), sin considerar las industrias artesanales.
- La producción de almidón en forma artesanal es una de las industrias tradicionales del país, que producen materia prima para la industria gastronómica local.

Exportaciones

- Las exportaciones han alcanzado un valor de US\$17,4 millones en el año 2011, reduciéndose en el año 2012 a US\$ 14,7 millones debido principalmente al desabastecimiento de materia prima producido por la sequía.
- La competitividad del almidón paraguayo ha permitido expandir las exportaciones desde los mercados regionales hacia nuevos destinos, que incluyen países de Europa, Medio Oriente y África.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La mandioca es un cultivo arraigado entre los pequeños productores. • Es el rubro más cultivado y se produce en la mayor parte del territorio. • Capacidad instalada para la producción de almidón. • Los planes de venta facilita la comercialización. • Las industrias han conformado la Cámara Paraguay de Mandioca y Almidones (CAPAMA). • Competencia entre industrias y crecimiento del consumo en fresco, favorece a productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • El volumen de producción es inferior a la demanda. • Bajo nivel de tecnología en el cultivo de mandioca. • Técnicas de cultivo obsoletas, vinculadas en su mayor parte a la producción para autoconsumo. • Bajo nivel de rendimiento. • No se han incorporado variedades industriales destinadas a la producción de almidón. • Escaso apoyo estatal. • Falta de normas técnicas nacionales para los diversos rubros producidos a partir de la mandioca.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda creciente de Almidón a nivel internacional. • Posibilidad de adaptar las plantas industriales existentes a la producción de almidones modificados para uso industrial. • Introducción de variedades industriales de mandioca de mayor rendimiento. • Sistemas de pago que premien a los productores de mandioca con mayor rendimiento industrial. • Se podría aumentar la productividad con mayores inversiones en investigación y extensión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores en el mercado regional. • Reemplazo de la producción de mandioca por otros rubros vinculados a la agricultura empresarial. • Menor competitividad por deficiencias en materia de infraestructura y logística. • Efectos del cambio climático sobre productividad. • Bajo nivel de organización de los productores. • Impacto negativo de la fortaleza del guaraní frente a otras divisas, especialmente el dólar americano. • Compras ocasionales de las industrias brasileras instaladas en la frontera con Paraguay.



3.4. KA'Á HE'Ë - STEVIA

Producción

- El Ka'á he'ë o Stevia es una hierba edulcorante natural autóctona del Paraguay, nativa de la zona norte de la Región Oriental. La creciente difusión de las informaciones sobre la naturaleza y los usos del Ka'á he'ë contribuyó a que su cultivo comercial adquiriera relevancia internacional.
- Pese a la creciente demanda internacional, Paraguay no ha expandido su producción y exportación, registrándose una extensión de los cultivos de entre 800 ha (MAG) y 1.500 ha (CAPASTE).
- Varios países de América Latina y Asia producen stevia, y exportan volúmenes mayores que Paraguay.
- El gobierno de los Estados Unidos, a través de su Agencia Federal de Drogas y Alimentos (FDA) aprobó la stevia como aditivo alimenticio en el año 2007, y la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) lo aprobó en el 2011. Estas decisiones abren grandes oportunidades de expansión para este rubro.

Comercialización

- El precio por kilogramo de hojas secas en finca oscila entre 5.000 y 7.000 guaraníes, dependiendo de la calidad.
- El Departamento de San Pedro cuenta con la mayor producción de Ka'á He'ë en el país (aproximadamente 80% del total), aunque existen cultivos en varios Departamentos de la Región Oriental.
- Los productores comercializan las hojas clasificadas y secadas, generalmente en bolsas, determinándose el precio en base a la calidad del producto entregado en la planta industrial.

Procesamiento e Industrialización

- El CODEX Alimentarius⁴, administrado por FAO y OMS, ha registrado la stevia y sus subproductos industriales, permitiendo su comercialización internacional.
- Se registra un importante incremento en las inversiones industriales para procesar Ka'á he'ë en Paraguay, aunque los bajos niveles de pureza obtenidos limitan la capacidad de competir en mercados internacionales.
- Una de las mayores demandas potenciales corresponde a la industria de las bebidas gaseosas. Las empresas dominantes y con presencia global (Coca Cola, Pepsi-Cola), producen bebidas endulzadas en base a Ka'á he'ë.

Exportaciones

- Se estima una demanda internacional creciente por parte de la población que por razones de salud (obesidad, diabetes) debe restringir el consumo de azúcar.
- En el periodo 2007-2011 las exportaciones paraguayas llegaron a 30 mercados, con un promedio anual de cerca de US\$610.000. En el año 2008 se logró el mayor nivel de exportaciones, con US\$820.000.
- Japón es el único país de Asia que registra importaciones de Ka'á he'ë paraguayo, con una favorable tendencia en las compras, considerando que han aumentado desde US\$36.000 en 2007, a US\$119.000 en el año 2011. Los mayores importadores europeos son Alemania y Francia.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El Ka'á He'ë es un cultivo autóctono del Paraguay. • Existen empresas que realizan inversiones importantes para la producción, industrialización y exportación. • Existen numerosas fincas de pequeños productores que pueden cultivar Ka'á He'ë en varias zonas del país. • Sus propiedades son internacionalmente conocidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de producción. • Bajo nivel de inversión en biotecnología. • Existen dificultades para la adopción de nuevas prácticas culturales entre los pequeños productores. • Altos costos de producción, que incluyen inversiones en riego y media-sombra. • Debilidades en el sistema de comercialización.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Creciente demanda internacional de Ka'á He'ë. • La reciente autorización para su consumo como aditivo alimentario en la Unión Europea, además de la autorización ya otorgada por Estados Unidos, abren grandes mercados potenciales para el Ka'á He'ë. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultivo de variedades mejoradas en base a investigación biotecnológica en países que actualmente compiten con Paraguay. • Ingreso de nuevos productores a nivel internacional, atraídos por la creciente demanda internacional.

⁴ El Codex Alimentarius, o código alimentario, establece las normas internacionales para alimentos. Depende de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Es el punto de referencia mundial para consumidores, productores, organismos nacionales de control y para el comercio internacional.



3.5. HIERBAS NATURALES

Producción

- La información estadística disponible sobre producción de hierbas naturales es muy limitada, pues la mayoría de ellas son recolectadas, no cultivadas, que se venden en forma natural, sin procesamiento previo y que mueven grandes cantidades en el mercado informal. Por esto, no existen registros sobre volumen o montos.
- **El Cedrón Paraguay** permite más de 3 cosechas por año, con rendimientos que se ubican por encima de los 1.000 kg/ha al año.
- **La Menta** permite 6 cosechas anuales, con rendimientos superiores a 1.000 kg/ha al año.
- **El Burrito** produce por 4-5 años, y permite hasta 6 cosechas anuales, y superar los 1.500 kg/ha al año.
- **El Cedrón Capi-í** produce hasta 10 cosechas al año, con rendimientos de 1.500 kg/ha al año.

Comercialización

- Una de las principales cualidades de estas hierbas comercializadas en el mercado interno es que la mayoría de ellas se basan en prácticas extractivas y se comercializan en fresco para consumo directo, sin ningún tipo de tratamiento previo, salvo la limpieza, clasificación y empaquetados básicos.
- Los rubros mencionados anteriormente también se producen en la variedad orgánica, debiendo la finca ser previamente certificada. Los precios pagados por la variedad orgánica son en promedio 20% superiores.
- Entre las variedades más importantes en el mercado interno, están las siguientes: Burrito, Cedrón Paraguay, Menta, Kokú, Capi-í Catí, Ajenjo, Cedrón Kapií, Moringa, Batatilla, y Zarparrilla, entre muchos otros.

Procesamiento e Industrialización

- Las industrias vinculadas a las hierbas naturales están en general relacionadas a procesos básicos, tales como limpieza, secado, clasificación y empaquetado. En algunos casos, se envasan en saquitos para infusiones.
- La exitosa introducción en el mercado interno de yerba mate con mezclas (o compuesta) de hierbas naturales y aromáticas, ha permitido expandir la producción de las hierbas más utilizadas (Menta, Cedrón, Burrito).
- Las hojas exportadas son procesadas e industrializadas en los países desarrollados, especialmente de Europa, donde son utilizadas como materias primas para industrias farmacéuticas, cosméticos y perfumes.

Exportaciones

- Las cuatro especies que registran operaciones de exportación corresponden a las variedades Menta (*Mentha spp*), Cedrón Capi-í (*Cymbopogon citratus*), Cedrón Paraguay (*Lippia citriodora*), y Burrito (*Aloysia polystachya*). Además, se deben considerar las exportaciones de cáscara de naranja y corteza de lapacho.
- La variedad de mayor importancia es el Cedrón Paraguay, que registra exportaciones por US\$3,9 millones en el año 2010, cuando alcanzó su mayor nivel, y por US\$2,7 millones en el año 2012.
- El destino principal es Europa. Alemania, España y Francia compraron el 86% de las exportaciones 2011-2012.
- Al año 2011, el mayor exportador de Cedrón Paraguay fue la firma Aliaga SA, con el 30% del total, seguido por la firma Lapacho IMEX SA y la Cooperativa La Norteña Ycuamandyu, con 22,3% y 14,4%, respectivamente.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos tradicionales sobre hierbas naturales. • Existencia de productores potenciales que pueden dedicarse a estos cultivos. • Se adapta a las condiciones de los pequeños productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitado volumen de producción. • Escasa inversión pública y privada en investigación y desarrollo en materia de hierbas naturales. • Falta de asistencia técnica a pequeños productores. • Informalidad en la comercialización de hierbas naturales, especialmente para consumo fresco.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Adecuadas condiciones de suelo y clima. • Creciente demanda interna y externa. • Existencia de empresas que exportan, principalmente a los mercados de Europa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuertes fluctuaciones de precios. • Demanda ocasional de Brasil, que distorsionan el mercado y los precios. • Requisitos fitosanitarios que dificultan el ingreso a ciertos mercados.



3.6. POROTO MUNGO – MOYASHI

Producción

- Las estadísticas oficiales de Paraguay no registran el volumen de producción ni la localización de los cultivos de poroto mungo. Su cultivo sería viable en todas las regiones del país donde se cultiva poroto (kumandá).
- Las empresas interesadas en exportar este rubro estarían experimentando en diferentes puntos del país las mejores prácticas para su cultivo, con asesoramiento de expertos internacionales.
- Este cultivo tiene atractivas características para los pequeños productores: su cultivo es similar al del poroto, rubro ampliamente cultivado en Paraguay; su ciclo productivo es menor a 60 días, permitiendo varias cosechas por año, y es un rubro de autoconsumo aceptado por los gustos locales.
- Representantes de la firma local que produce brotes (moyashi) para el mercado local, manifestaron que el poroto mungo producido en Paraguay no ha alcanzado el calibre (tamaño) de granos deseado y que las tasas de germinación eran bajas (70%), en comparación a las importadas de China (99%).

Comercialización

- En el mercado internacional los intermediarios venden este producto, especialmente desde China.
- Se comercializa en dos formas: en semillas para hacer brotar o brotes frescos listos para consumo.
- Los precios mayoristas varían entre US\$800 y US\$2.100 por tonelada, dependiendo de la calidad, del origen y de los certificados que tenga el producto (orgánico o convencional). También influye en el precio el tamaño de la semilla (calibre) que puede ser de entre 3,0 mm a 4,0 mm, siendo los más grandes los mejor cotizados.
- Las semillas deben contener un bajo nivel de humedad (10-14%) y se tolera hasta un máximo de 3% de semillas dañadas y con imperfecciones. La tasa de germinación exigida es del 98%, en promedio.

Procesamiento e Industrialización

- El consumo de estos alimentos es muy regulado en los mercados internacionales por ser el medio de transmisión de bacterias nocivas, tales como la E. coli y la Salmonella. Por estos motivos, la calidad de los brotes depende en gran medida de la calidad de las semillas, las cuales no deben contener ningún patógeno.
- Los consumidores pueden comprar las semillas para germinar en tiendas especializadas, en presentaciones que van desde 50 gramos a 1 Kg. Los exportadores de China ofrecen entregas vía marítima, con plazos promedio de 15 a 20 días en puertos principales, luego de recibida la carta de crédito.

Exportaciones

- El comercio mundial de poroto mungo aumentó de US\$ 194 millones (2005) a US\$ 912 millones (2010), es decir, se quintuplicó en cinco años. Los países del grupo Asia-6 fueron los mayores importadores, con el 86% del total. Europa importa el 4,7% del total y los países del resto del mundo el 9,3%.
- India es el mayor importador de Asia y del mundo, con compras por US\$ 785 millones (2010). Le siguen Japón y China, aunque se debe tener en cuenta que China es también uno de los mayores productores de este rubro.
- Las informaciones comerciales indican que Japón estaría buscando diversificar sus proveedores de poroto mungo, considerando que actualmente la mayor parte de sus importaciones provienen de China.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Clima y condiciones agrológicas apropiadas. • Cultivo parecido al poroto (kumandá). • Rubro de autoconsumo. • Se adapta a las posibilidades económicas y culturales del pequeño productor paraguayo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda intensiva en mano de obra. • Poco conocimiento entre productores paraguayos. • Requiere investigación para adaptar su cultivo a las condiciones locales. • Depende exclusivamente del esfuerzo privado, pues el Estado paraguayo no lo considera como rubro estratégico.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Rubro de gran demanda internacional. • Compradores buscan nuevos proveedores, por problemas con la producción de China. • Nichos de mercado en expansión (orgánicos, consumidores vegetarianos, expansión de la gastronomía oriental). 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos proveedores. • Limitaciones al ingreso de productos alimenticios a mercados de países desarrollados. • Elevada regulación de los mercados de los países desarrollados para este producto.



CAPÍTULO 4: PROPUESTAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS

4.1. CAÑA DE AZÚCAR

- **Definir a la caña de azúcar como rubro estratégico:** La producción de caña de azúcar orgánica y convencional debe ser incluida entre los rubros estratégicos para el desarrollo de los pequeños productores.
- **Promover el incremento en la producción de la caña de azúcar orgánica:** Ampliación del área de cobertura y del aumento en los rendimientos.
- **Proveer servicios públicos adecuados al sector:**
 - Investigación sobre variedades de mayor rendimiento, mayor contenido de sacarosa y resistencia a plagas y enfermedades.
 - Difusión amplia de los resultados de las investigaciones entre los pequeños productores, en la modalidad de paquetes tecnológicos que permitan aumentar la productividad y los rendimientos industriales de la caña de azúcar, tanto orgánica como convencional.
 - Apoyo financiero en condiciones y plazos favorables para las características de la caña de azúcar. Por ser un cultivo semi-perenne, se espera que la inversión inicial que requiere el cultivo de este rubro, sea financiada con préstamos que puedan ser amortizados a mediano plazo.
- **Promover el desarrollo de las organizaciones de productores:** Se requiere la consolidación de las asociaciones en estructuras sólidas, formales y estables (por ej. cooperativas), a fin de sacar un mayor provecho de los esquema de Comercio Justo (FairTrade).
- **Promover la adopción del pago por materia prima en base al contenido de sacarosa.**
- **Proteger de manera más efectiva a la industria local frente al contrabando.**

4.2. SÉSAMO

- **Definir al sésamo como rubro estratégico para el desarrollo de los pequeños productores:** La producción de sésamo convencional y orgánico debe ser promovida desde el Estado como un cultivo fundamental para la generación de ingresos entre los pequeños productores.
- **Promover el aumento de los rendimientos y la expansión de la producción:** Los rendimientos iniciales del sésamo superaron los 1.000 Kg/Ha en la campaña 2008-09, sufriendo luego un sostenido deterioro, acercándose en años recientes a niveles promedio de sólo 500 Kg/Ha.
- **Proveer servicios públicos adecuados al sector:**
 - Investigación sobre variedades de mayor rendimiento.
 - Difusión amplia de los resultados de las investigaciones entre los pequeños productores, para aumentar rendimientos, sin perder la calidad que ha permitido ingresar a mercados de Japón.
 - Apoyo financiero en condiciones y plazos favorables.
 - Facilitar información sobre precios a los productores.
- **Promover el desarrollo de las organizaciones de productores de sésamo:** Promover acuerdos con empresas exportadoras, formalizar mecanismos de venta y reducir participación de acopiadores oportunistas.
- **Alentar el consumo de sésamo en el mercado interno,** promoviendo las cualidades nutricionales del sésamo y quizás potenciarlo para convertirlo en alimento para estudiantes que reciben suplementos en las instituciones educativas
- **Promover la industrialización del sésamo.** Agregar mayor valor a las exportaciones promoviendo nuevas oportunidades de empleo.

4.3. MANDIOCA

- **Definir a la mandioca como rubro estratégico para la seguridad alimentaria y la generación de ingresos para los pequeños productores:** Se debe ampliar la producción de mandioca a los efectos de satisfacer el incremento en el consumo de mandioca fresca y para abastecer la creciente demanda como materia prima para la producción de almidón.
- **Promover el aumento de los rendimientos y la expansión de la producción:** Se deben introducir variedades de mandioca de alto contenido de almidón, no aptas para el consumo humano.
- **Proveer servicios públicos adecuados al sector:**
 - Investigación sobre variedades de mayor rendimiento. Recuperar variedades de alto rendimiento disponibles en centros del IPTA, e incorporar variedades adaptadas a las condiciones locales.
 - Asistencia técnica a los pequeños productores, a través de paquetes tecnológicos.
 - Apoyo financiero en condiciones y plazos favorables. Los plazos y las condiciones de los préstamos a productores deben ser ajustados a las características específicas del rubro.
 - Facilitar información sobre precios a los productores. Los diversos mercados tienen características y mecanismos de funcionamiento que deben ser informados a los productores.
- **Promover el desarrollo de las organizaciones de productores de mandioca.** La adopción de los planes de venta por parte de las industrias incentiva la conformación de asociaciones. La mayor parte de las ventas de mandioca se realiza en forma individual o a través de acopiadores.
- **Promover mayores niveles de industrialización.** El alentador crecimiento de las exportaciones de almidón y las inversiones industriales realizadas permiten explorar nuevos rubros, tales como los almidones modificados.



4.4. KA'Á HEË - STEVIA

- **Definir al Ka'á Heë como rubro estratégico para la generación de ingresos para los pequeños productores.** Concentrar los esfuerzos públicos, en articulación con el sector privado, para aumentar la producción de este rubro en las regiones aptas para su cultivo.
- **Promover la aplicación de las normas de denominación de origen del Ka'á Heë.** Promover el cumplimiento de esta norma para proteger el patrimonio genético.
- **Promover el aumento de los rendimientos y la expansión de la producción.** Las variedades nativas tienen la ventaja de requerir relativamente menores cuidados culturales, pero tienen menores rendimientos. Por otra parte, las variedades mejoradas requieren niveles tecnológicos y prácticas culturales para las que los pequeños productores no están capacitados.
- **Promover servicios públicos adecuados al sector de investigación sobre variedades de mayor rendimiento,** asistencia técnica, apoyo financiero en condiciones y plazos favorables, y transferencia de información a los productores sobre el precio del producto en el mercado.
- **Promover el desarrollo de las organizaciones de productores de Ka'á Heë.** El nivel de asociatividad entre los productores de este rubro es relativamente bajo. Prácticamente no existen productores de Ka'á Heë cooperativizados.
- **Promover mayores niveles de industrialización.** La mayor parte del Ka'á Heë exportado son hojas secas y la exportación de productos procesados es todavía poco significativa. La industrialización permitirá mayores ingresos pequeños productores.

4.5. HIERBAS NATURALES

- **Definir a las principales especies de hierbas como rubro estratégico para la generación de ingresos para los pequeños productores.** Se sugiere incluir las siguientes: Cedrón Paraguayo, Cedrón Capií, Menta y Burrito.
- **Concentrar los esfuerzos públicos, en articulación con el sector privado,** para aumentar la producción de estos rubros en las regiones aptas para su cultivo, especialmente en los nuevos asentamientos rurales.
- **Promover la investigación de las variedades con mayor rendimiento y resistencia.** Por ser variedades nativas tienen la ventaja de requerir relativamente menores cuidados culturales, pero se deben mejorar los rendimientos y proveer de material de propagación para aumentar la producción.
- **Proveer servicios públicos adecuados al sector:**
 - Investigación sobre variedades de mayor rendimiento.
 - Asistencia técnica a los pequeños productores.
 - Apoyo financiero en condiciones y plazos favorables.
 - Facilitar información sobre precios a los productores.
- **Promover el desarrollo de las organizaciones de productores de Hierbas Naturales.** El nivel de asociatividad entre los productores de este rubro es relativamente bajo. Prácticamente no existen productores cooperativizados, con excepción de la Cooperativa La Norteña Ycuamandyyu.
- **Promover mayores niveles de industrialización.** Las hierbas exportadas corresponden en su mayor parte a hojas secas. Se debería promover industrias que permitan dar mayor valor agregado a las exportaciones.

4.6. POROTO MUNGO o MOYASHI

- **Realizar investigaciones para adaptar y desarrollar variedades adaptadas al medio ambiente paraguayo.** Se debe mejorar el tamaño y elevar los niveles de germinación acorde a los requerimientos internacionales.
- **Proveer servicios públicos adecuados al rubro,** como ser: la investigación para promover su adaptación al ambiente paraguayo, la asistencia técnica y el apoyo financiero en condiciones y plazos favorables que permita promover su cultivo.
- El desarrollo de las cadenas de valor consideradas en el presente estudio puede contribuir de manera significativa al desarrollo económico y social de los pequeños productores del país. Entre los principales efectos potenciales que pueden tener estas cadenas, se resaltan las siguientes:
- **Generar mayores niveles de ingreso para la población rural,** especialmente para la población joven.
- Incorporar mayor estabilidad a los ingresos de los productores rurales.
- **Promover la adopción de sistemas formales o innovadores de comercialización,** tales como los Planes de Venta utilizados por la industria del almidón o el Comercio Justo en el azúcar orgánico.



CONCLUSIONES GENERALES

El desarrollo de las cadenas de valor consideradas en el presente estudio puede contribuir de manera significativa al desarrollo económico y social de los pequeños productores del país.

Entre los principales efectos potenciales que pueden tener estas cadenas, se resaltan las siguientes:

- Generar mayores niveles de ingreso para la población rural, especialmente para la población joven.
- Incorporar mayor estabilidad a los ingresos de los productores rurales.
- Promover la adopción de sistemas formales de comercialización, tales como los Planes de Venta utilizados por la industria del almidón, o los registros de proveedores de los ingenios de azúcar orgánico.
- Facilitar el arraigo de la población en las zonas rurales.
- Promover el desarrollo de la asociatividad y fortalecer el capital social.
- Promover la formalización de la economía rural, hoy basada en relaciones informales y poco estables.

El presente estudio permite concluir que a pesar de las deficiencias estructurales que enfrentan actualmente las cadenas productivas analizadas, las mismas son competitivas y tienen un enorme potencial de desarrollo. Por lo tanto, elevar la competitividad de los cultivos considerados en este estudio puede contribuir significativamente a la inclusión de los pequeños productores a las cadenas productivas, ayudar a mejorar sus condiciones de vida y reducir los niveles de pobreza en el sector rural.

LOS CULTIVOS SELECCIONADOS Y SUS CADENAS PRODUCTIVAS SON COMPETITIVOS.

- **Azúcar orgánico:** Paraguay es el mayor exportador mundial.
- **Almidón de mandioca:** Cuarto mayor exportador mundial tras solo 10 años de iniciar las exportaciones.
- **Sésamo:** Paraguay es el mayor proveedor de Japón, que es el mayor importador mundial.
 - Los demás rubros analizados (Kaá Heë, Hierbas Naturales y Poroto Mungo) tienen una importante demanda actual y potencial a nivel internacional y son cultivos cuya producción es competitiva, aunque requieren aún de importantes inversiones públicas y privadas para su desarrollo y consolidación como rubros de exportación.

LOS 6 CULTIVOS REPRESENTAN UNA PARTE SIGNIFICATIVA DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES.

- Los 6 cultivos representan exportaciones anuales por un valor total aproximado de US\$200 millones, con potencial casi ilimitado de crecimiento.
- El valor agregado de estos rubros es varias veces superior al valor de las exportaciones debido a que son también consumidos y procesados a nivel nacional, movilizándose significativos montos en el mercado interno.

LOS CULTIVOS SELECCIONADOS CONTRIBUYEN A LA GENERACIÓN DE EMPLEO RURAL.

- Los 6 cultivos seleccionados en este Estudio se encuentran presentes como fuentes de ingresos para los pequeños productores. Se estima que más de la mitad de las fincas de pequeños productores del país producen o han producido uno o más de estos rubros.
- Actualmente existen unas 150.000 fincas (de las 264.000 registradas) que tienen cultivos de caña de azúcar, mandioca, sésamo, hierbas naturales y kaá heë. Esta estimación incluye a: cerca de 6.000 fincas orgánicas de caña de azúcar, 40.000 a 50.000 fincas productoras de sésamo, 120.000 fincas productoras de mandioca para renta (la mitad de las 225.000 fincas que registran cultivos de mandioca), y a los productores de hierbas naturales y kaá heë, que serían alrededor de 5.000 en todo el país.

EL POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES ESTÁ DETERMINADO POR LA PRODUCCIÓN.

- Las empresas procesadoras, industrializadoras y exportadoras vinculadas a los 6 rubros se encuentran operando por debajo de su capacidad instalada. Esta situación ha sido particularmente acentuada durante el año 2012, como consecuencia de factores climáticos que afectaron a cultivos (sésamo, mandioca, kaá heë).
- Varias de las industrias visitadas en el marco del presente Estudio han manifestado que operan por debajo de su capacidad instalada y en algunos casos se han visto obligados a renegociar contratos de venta anticipados en el mercado internacional debido a la imposibilidad de cumplir con los envíos comprometidos. Esta situación se ha dado especialmente con las exportaciones de sésamo, almidón de mandioca y azúcar orgánico.

EL DESARROLLO DE ESTAS CADENAS PUEDE APORTAR A LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA RURAL.

- Los cultivos considerados en este Estudio están estrechamente vinculados a los pequeños productores y generan importantes oportunidades de empleos directos e indirectos, entre los que se resaltan los vinculados a los diversos eslabones de las cadenas: transporte, comercialización, almacenamiento, procesamiento e industrialización, así como la provisión pública y privada de servicios de asistencia técnica, financiamiento, provisión de insumos, semillas, fertilizantes, certificaciones de calidad, y controles fitosanitarios, entre otros.
- El desarrollo de la competitividad de estos cultivos podría generar mayores niveles de ingreso para todos los actores de las cadenas si se enfocan desde una perspectiva de cadenas productivas, que permita abordar las demandas de estos rubros de una perspectiva sistémica. Si además el apoyo a las cadenas productivas pudiera ser implementado con enfoque territorial, se facilitaría y simplificaría la provisión de los bienes públicos.

SE DEBEN PROMOVER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS A PARTIR DE UN ENFOQUE SISTÉMICO.

- El nivel de desarrollo actual de las cadenas productivas estudiadas se basa casi exclusivamente en el aprovechamiento de las ventajas comparativas del país, por lo que podrían no ser sostenibles en el tiempo, considerando que los recursos naturales que los sustentan podrían debilitarse o agotarse. Por este motivo, se enfatiza el desarrollo de las ventajas competitivas sustentables en el mediano plazo y largo plazo.



LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PARA DESARROLLAR LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS SON:

NIVEL META	<ul style="list-style-type: none">• Definición de objetivos de desarrollo de largo plazo: “visión país”.• Adopción de políticas de competitividad e inversión en investigaciones, desarrollo e innovación (I+D+i).• Adopción de políticas de desarrollo del capital humano, especialmente en materia de educación.• Desarrollo de la capacidad nacional para promover el enfoque de desarrollo territorial.
NIVEL MACRO	<ul style="list-style-type: none">• Estabilidad y predictibilidad de las políticas públicas, incluyendo las políticas tributaria, cambiaria y comercial.• Desarrollar una plataforma de recursos productivos con visión de largo plazo: recursos humanos y ambientales, infraestructura física, base tecnológica.
NIVEL MESO	<ul style="list-style-type: none">• Establecimiento de esquemas que promueven el desarrollo rural desde una perspectiva territorial.• Invertir en infraestructura física, transporte, telecomunicaciones.• Desarrollo de sistemas de educación, creación de capacidades, acordes a las necesidades regionales o locales.
NIVEL MICRO	<ul style="list-style-type: none">• Promoción de la competitividad a nivel de las empresas y unidades productivas.• Mejoras en materia de calidad, por ejemplo a través de certificaciones ISO.• Promoción de las investigaciones para el desarrollo y la innovación a nivel de las unidades productivas (I+D+i).



AGENCIA DE COOPERACIÓN
INTERNACIONAL DEL JAPÓN