



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E ESTADO
(ILAESP)
CURSO DE GRADUAÇÃO EM
DESENVOLVIMENTO RURAL E
SEGURANÇA ALIMENTAR (DRSA)**

**AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA Y CADENAS CORTAS
AGROALIMENTARIAS: LA FERIA MUNICIPAL DE YUTY – CAAZAPA (PARAGUAY)**

FRANCISCA DANAIDES CARRERAS RIOS

Foz de Iguaçu – Paraná

2016



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E ESTADO
(ILAESP)
CURSO DE GRADUAÇÃO EM
DESENVOLVIMENTO RURAL E
SEGURANÇA ALIMENTAR (DRSA)**

**AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA Y CADENAS CORTAS
AGROALIMENTARIAS: LA FERIA MUNICIPAL DE YUTY – CAAZAPA (PARAGUAY)**

FRANCISCA DANAIDES CARRERAS RIOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Estado da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar (Drusa).

Orientador: Prof. Dr. Valdemar João Wesz Junior.

Foz do Iguaçu

2016

FRANCISCA DANAIDES CARRERAS RIOS

**AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESSINA Y CADENAS CORTAS
AGROALIMENTARIAS: LA FERIA MUNICIPAL DE YUTY – CAAZAPA (PARAGUAY)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Estado da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar (Drusa).

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Valdemar João Wesz Junior
UNILA

Prof. Dr. Exzolvildres Queiroz Neto.
UNILA

Prof. Dr. Silvia Aparecida Zimmermann
UNILA

Foz do Iguaçu, 18 de julho de 2016.

Dedico este trabajo a mis padres, a mis hermanos y a mis abuelos y aquellas personas que siempre estuvieron a mi lado apoyándome.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, a Dios por darme salud y fuerza para superar las dificultades y así poder llegar hasta este momento tan importante en mi vida.

A la Universidad Federal de la Integración Latinoamericana, por la beca y la oportunidad de poder realizar mi estudio de Licenciatura.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional y acompañarme durante todo mi trayecto, a mis hermanos por la confianza y por las palabras de aliento. A mis abuelos y a todos mis familiares por sus consejos que me guiaron a culminar mi carrera profesional.

Agradezco también a mi orientador de TCC al Prof. Dr. Valdemar Wesz Junior, por la constante orientación, por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, por la paciencia y dedicación, fue un honor poder contar con su instrucción.

A mis profesores de curso, por todas sus enseñanzas y sus críticas constructivas en mi proceso de formación. Agradezco de forma especial al profesor Exzolvildres Queiroz Neto y a la profesora Silvia Aparecida Zimmermann por aceptar ser miembro de la banca evaluadora.

A los agricultores miembros de la feria de Yuty - Caazapá y a los consumidores que me dedicaron su tiempo para poder desenvolver con éxito la investigación de campo contribuyendo con mi trabajo.

A todos aquellos que siguen estando cerca de mí y que le regalan a mi vida algo de ellos. Muchas gracias.

“Cada sueño que tú dejas atrás, es un
pedazo de tu futuro que deja de existir”.
Steve Jobs

**RIOS CARRERAS, Francisca. AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA Y
CADENAS CORTAS AGROALIMENTARIAS: LA FERIA MUNICIPAL DE YUTY –
CAAZAPA (PARAGUAY). Página 61 Trabajo de Conclusão de Curso (Bacharel em**

RESUMEN

Actualmente la agricultura familiar campesina viene jugando un papel importante en Paraguay, que, sumado con las cadenas cortas de comercialización, surge como herramientas potenciales para el desarrollo rural y seguridad alimentaria. El objetivo de este estudio es analizar las características de la Feria Municipal de Yuty y comprender la importancia de la feria para los agricultores familiares y para los consumidores. Esta investigación empezó con una revisión bibliográfica, análisis de datos secundarios y una investigación exploratoria a 4 personas que frecuentan la feria. Posteriormente se aplicó una encuesta a 9 productores (la totalidad de feriantes que estaban en el día) y 11 consumidores presentes en la feria. Los resultados encontrados indican la gran relevancia de la feria considerando el aporte económico que genera para las familias de productores y el fomento del mercado local. Viendo así, la feria puede ser considerada como un refugio para muchas familias que viven del fruto de sus tierras, de la mano de obra familiar y de la producción diversificada. La comercialización de sus productos dentro de la feria es más segura y hace que su renta sea más estable. Por otro lado, tenemos a los consumidores, que son beneficiados con productos saludables, frescos, exclusivos (solo son encontrados en la feria) y a buen precio. En este sentido, la feria de Yuty es una forma de acceso al mercado que beneficia a productores y consumidores, siendo una opción de promoción para la seguridad alimentaria y nutricional. Considerando los resultados del estudio, se puede pensar en la feria como alternativa para una parte de los agricultores familiares campesinos minimizar la pobreza y mejorar sus condiciones de vida.

Palabras Claves: Agricultura familiar campesina, cadenas agroalimentarias cortas, Feria Municipal de Yuty.

RIOS CARRERAS, Francisca. **AGRICULTURA FAMILIAR CAMPONESA E CIRCUITOS CURTOS AGROALIMENTARES: A FEIRA MUNICIPAL DE YUTY – CAAZAPA (PARAGUAI)**. Página 61 Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Desenvolvimento Rural e Segurança Alimentar) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2016.

RESUMO

Atualmente, a agricultura familiar vem desempenhando um papel importante no Paraguai, que, em conjunto com os circuitos curtos de comercialização, emergem como ferramentas potenciais para o desenvolvimento rural e a segurança alimentar. O objetivo deste estudo é analisar as características da Feira Municipal Yuty e compreender a importância dela para os agricultores familiares e consumidores. Esta pesquisa foi realizada primeiramente com uma revisão bibliográfica, análise de dados estatísticos e levantamento de dados realizado para 4 pessoas que assistem regularmente a feira. Em seguida foi realizada a encosta a 9 produtores encontrados no dia da feira e 11 consumidores localizados no centro da cidade. Os resultados indicam a grande importância da feira considerando o aporte econômico gerado para as famílias de agricultores e o fomento do mercado local. Vendo assim, a feira pode ser vista como um refúgio para muitas famílias que vivem do fruto de suas terras, do trabalho familiar e comercialização segura dos seus produtos, isso faz que a sua renda seja mais estável. Por outro lado, temos os consumidores que estão se beneficiando com produtos saudáveis, frescos, exclusivos (só são encontrados na feira) e a um bom preço. Neste sentido, a feira Yuty é uma forma de acesso ao mercado que beneficia produtores e consumidores, com uma opção de promoção de segurança alimentar e nutricional. Considerando os resultados do estudo, pode-se pensar a feira como uma alternativa para a agricultura familiar camponesa minimizar a pobreza e melhorar suas condições de vida.

Palavras Chaves: Agricultura familiar camponesa, circuitos agroalimentares curtos, Feira Municipal de Yuty.

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

AF	Agricultura Familiar
AFC	Agricultura Familiar Campesina
CECOPROA	Centro de Comercialización para Productores Asociados.
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
FAO	Organización de las Naciones Unidas para Agricultura Familiar.
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
SENATUR	Secretaría Nacional de Turismo
INDERT	Instituto Nacional de Desarrollo y Tierra

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Utilización de las tierras en las explotaciones agropecuarias en Paraguay (1991 y 2008) – hectáreas.....	26
Cuadro 2: Superficie y cantidad de fincas en Paraguay.....	27
Cuadro 3: Cultivos Temporales en el Paraguay, zafra 2013-2014.....	28
Cuadro 4: Cultivos permanentes en el Paraguay, zafra 2013-2014.....	29

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa del Departamento de Caazapá.....	30
Figura 2: Mapa de la Ciudad de Yuty _ Vista satelital.....	33
Figura 3: Vista aérea Yuty.....	33
Figura 4: Presencia de cultivos y creaciones en las fincas de Yuty (2008).....	35
Figura 5: Feriantes en la inauguración del Local (2010).....	36
Figura 6: Estructura de la Feria Municipal Yuty.....	37
Figura 7: Primeras horas de preparación de la Feria Municipal Yuty.....	39
Figura 8: Foto de la feria - Productos expuestos en la Feria Municipal Yuty.....	39
Figura 9: Utilización de motocarro para traslado de productos.....	40
Figura 10: Fuentes de renta de los feriantes encuestados.....	42
Figura 11: Nivel de satisfacción del precio de los productos de la feria.....	44
Figura 12: Frecuencia con que los consumidores compran en la feria.....	45
Figura 13: Siempre compra del mismo productor.....	46

SUMARIO

1 INTRODUCCIÓN.....	12
2 AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA: Características, importancia y desafíos.	15
3 CADENAS CORTAS AGROALIMENTARIAS.....	20
4 ASPECTOS GENERALES DEL PARAGUAY, CAAZAPA Y YUTY.....	24
4.1 PARAGUAY.....	25
4.2 DEPARTAMENTO DE CAAZAPA.....	29
4.3 MUNICIPIO DE YUTY (CAAZAPÁ-PARAGUAY).....	32
5 FERIA MUNICIPAL YUTY.....	36
5.1 CARACTERÍSTICAS DE LA FERIA DE YUTY.....	36
5.2 LOS PRODUCTORES DE LA FERIA.....	41
5.3 LOS CONSUMIDORES DE LA FERIA.....	45
6 CONSIDERACIONES FINALES.....	48
7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
8 ANEXOS.....	55
8.1 ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES.....	55
8.2 ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES.....	58

1 INTRODUCCIÓN

En el Paraguay, al igual que otros países Latinoamericanos, la agricultura es una actividad muy importante dentro del país, con reflejos económicos, sociales y ambientales. Sin embargo, se puede decir que existen dos grandes tipos de agriculturas muy diferentes en todo el país. Una es la “empresarial”, que produce monocultivos prioritariamente para exportación en grande escala con amplio uso tecnológico, que según algunos estudios, “tienen un presente y un futuro exitoso”. El otro gran grupo es la agricultura familiar campesina, que tiene menor área, producción más diversificada y la mayor parte del trabajo viene de las personas que viven en la finca, pero hoy en día son prácticamente olvidados por la mayoría de la población urbana.

En Paraguay la agricultura familiar campesina es mayoritaria en cantidad de fincas. No obstante, existen datos que evidencian que ha disminuido por dos razones fundamentales: aumento de la agricultura empresarial y falta de políticas públicas en diferentes sectores (producción, precio, seguro, comercialización, infraestructura, servicios básicos, etc.). Los datos demuestran que la agricultura familiar perdió más de 15 mil fincas y 366 mil hectáreas entre 1991 y 2008, pero las fincas de más de 10 mil hectáreas pasaron de 351 a 600 en el mismo periodo (MAG, 2015). Esto sigue en dirección contraria a lo establecido en la Constitución Nacional en los artículos referidos a la Reforma Agraria y el Desarrollo Rural, en los cuales se hablan de la incorporación de la población campesina al desarrollo económico del país y la eliminación del latifundio (Riquelme, 2016).

Diferentes autores (Bonnal y Maluf, 2009; Schneider, 2009; Gattini, 2011; Perry, 2012; Ploeg, 2014) destacan la importancia de la agricultura familiar para el desarrollo rural y para la seguridad alimentaria. Pero, en muchos casos su contribución es limitada por las dificultades de comercialización, considerando que el sistema agroalimentario ha pasado por procesos de concentración empresarial, internacionalización de los mercados, padronización de los productos y construcción de nuevas normas de calidad (Wilkinson, 2008). En este contexto, que dificulta la participación de la agricultura familiar campesina en la comercialización vía mercados convencionales, una alternativa ha sido las ferias agroalimentarias (Goverde-Lips, Bruil y Renting, 2015).

En ese sentido, el trabajo tiene como foco la Feria Municipal de Yuty (Caazapá), que se ubica en pleno centro del municipio, cerca de la Terminal de Ómnibus. La feria, que es la única del distrito, fue impulsada en el año 2002 y cuenta con la participación de más o menos 10 familias productoras que ahí comercializan sus productos. La feria ocurre dos veces por semana (martes y viernes), donde se encuentra una gran variedad de productos.

El objetivo de este estudio es analizar las características de la feria del municipio de Yuty y comprender la importancia de ella para los agricultores familiares campesinos y para los consumidores de la localidad. El estudio también presenta la historia de la feria en estos 15 años, así como analiza la relación entre productores y consumidores.

La feria está ubicada sobre la calle Coronel Martínez dentro del municipio de Yuty (Departamento de Caazapá), donde existen agricultores de diferentes compañías aledañas a la ciudad. La feria tiene el nombre de “Feria Municipal Yuty”. La elección de esta feria ocurre porque solo participan pequeños productores, hay una gran diversidad de productos y cuenta con la presencia de consumidores locales. Además, la autora proviene de este distrito y tiene interés en comprender más la dinámica de este espacio de comercialización.

Para poder realizar el estudio, empezamos con una revisión bibliográfica con documentos que discuten la agricultura familiar campesina, viendo sus características y los varios conceptos que existen. También se hizo una investigación sobre los conceptos las cadenas cortas de comercialización agroalimentarias y sus beneficios, en especial en Paraguay. Además de eso, se realizó un levantamiento de datos del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería) y del DGEEC (Dirección General de Encuesta Estadístico Censal), con destaque al Censo Agropecuario del Paraguay y el Atlas Censal del Paraguay – Caazapá.

En la secuencia se realizó una investigación exploratoria previa e informal con 4 personas consumidores de la feria (mujeres), haciendo preguntas aleatorias: ¿Cómo empezó la feria? ¿Cómo es el espacio? ¿Quiénes participan? ¿Qué venden?, entre otros datos que fueron recopilados los días 25 y 26 de abril. En el día 3 de mayo (martes) fue hecha la visita en la feria para poder realizar la encuesta a los productores y consumidores, que contenía respuestas abiertas y cerradas (Anexos – 8.1 y 8.2). La encuesta fue aplicada a 9 product-

res (la totalidad de feriantes que estaban ese día) y 11 consumidores presentes en la feria¹. Es importante destacar que las encuestas y la investigación previa fueron realizadas en la lengua guaraní para mejor recopilación de los datos.

Este trabajo tiene cuatro partes. Empieza con el tema de la agricultura familiar campesina (sus características, importancia y desafíos), después habla sobre las cadenas cortas agroalimentarias, siguiendo con los aspectos generales de Paraguay, Caazapá y Yuty. Por último, antes de las consideraciones finales, hay un capítulo sobre la Feria Municipal Yuty, que es el enfoque principal de este trabajo.

¹ La cantidad de encuesta con consumidores fue pautada por el criterio de saturación, o sea, se hizo una serie de encuesta hasta el momento en que la inclusión de otras no agregaba nuevas informaciones.

2 AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA (AFC): características, importancia y desafíos

A lo largo de los últimos años, el debate sobre la “agricultura familiar” (AF) gana mucha evidencia y relevancia en nivel mundial. En términos más conceptuales, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO, 2014) destaca que.

La agricultura familiar incluye todas las actividades agrícolas de base familiar y está relacionada con varios ámbitos del desarrollo rural. La agricultura familiar es una forma de clasificar la producción agrícola, forestal, pesquera, pastoril y acuícola gestionada y operada por una familia y que depende principalmente de la mano de obra familiar, incluyendo tanto a mujeres como a hombres.

Para definir la agricultura familiar, comúnmente se deduce por el tamaño del terreno o solo por no utilizar mano de obra asalariada y menores cantidades de productos químicos. Sin embargo, también es fundamental dentro de la agricultura familiar la forma en que cultiva (producción diversificada) y la forma en que vive, controlando sus bienes y sus propios recursos. Es muy relevante la forma en que mantienen su cultura, criando animales y produciendo productos para su autoconsumo, para la alimentación de los animales y para la venta.

Según Gattini (2011, p. 10), existen tres tipos diferentes de Agricultura Familiar.

- a) La agricultura familiar de subsistencia. Esta primera categoría se caracteriza por estar más orientada al autoconsumo, posee una estructura productiva de muy bajo capital y tecnología que no le permite generar ingresos suficientes para garantizar el bienestar familiar. Por consiguiente, debe vender servicios de mano de obra extra prediales para obtener un mayor ingreso. De mantenerse su acceso restringido al capital y tecnología su permanencia en el mercado se encuentra en riesgo.
- b) La agricultura familiar en transición. Tiene mayor nivel de capitalización y mejores recursos de tierra que le permiten una producción para su consumo y venta de excedentes en el mercado. Aunque no genera suficientes excedentes económicos como para ir capitalizando su finca y lograr un mayor desarrollo productivo. La situación de esta tipología de la AF es inestable con respecto a la producción y tiene mayor dependencia de los apoyos públicos para conservar su situación. Necesita acceder al crédito, a las innovaciones tecnológicas y articularse mejor con el mercado para desarrollarse.
- c) La agricultura familiar consolidada. A diferencia de la anterior, tiene mejor acceso a los principales factores de producción como la tierra, el capital y la tecnología. Además, ha logrado insertarse en el mercado de tal manera a generar excedentes para su capitalización y crecimiento.

Es importante señalar que esta caracterización no significa que sea válida a nivel mundial o de país - la intención es demostrar que existen criterios y parámetros para una

definición clara de la AF, pero que tampoco sea limitada. Cada país tiene sus particularidades y modalidades de la Agricultura Familiar y no existe un padrón específico para la caracterización o tipificación. Esto se debe a que cada país tiene su forma de conceptualizar y definir a la misma, así como la formulación e implementación de programas y proyectos para ellos.

Campos y Garner (2012), citado por la FAO (2014, p. 21) “realizaron un estudio acerca de las definiciones del concepto de agricultura familiar en el mundo. Se recopilaron 36 definiciones, 12 de las cuales correspondieron a América Latina”. Esto nos da a entender que cada país tiene su propio parámetro para establecer un concepto de la Agricultura Familiar. La necesidad de caracterizar la AF está sujeta a la obtención de información básica utilizada para el conjunto de potencialidades que se encuentra dentro de la misma, la particularidad que envuelve es que son familias que siguen manteniendo sus culturas, su forma de vida. Cabe mencionar también la participación de las mujeres dentro de los cultivos, que al igual que el hombre organiza el trabajo dentro de sus propiedades. Un ejemplo sería: el hombre cultiva la tierra y alimenta a los animales, mientras que la mujer produce la huerta, cocina y cuida a los niños, y en época de cosecha toda la familia participa del trabajo.

Según Jan Douwe van der Ploeg (2014, p. 7).

Agricultura familiar é um desses fenômenos que as sociedades ocidentais têm cada vez mais dificuldade de compreender. Isso se deve a muitas razões. Entre elas, está o fato de que a agricultura familiar se contrapõe à concepção burocrática, aos protocolos formalizados e à lógica industrial que dominam cada vez mais nossas sociedades.

En los estudios académicos y en las definiciones oficiales de los países, las características que generalmente son citadas para definir la agricultura familiar son: mano de obra y gestión familiar, área de cultivo pequeña (cada país pone sus límites), producción diversificada, adopción limitada de innovaciones tecnológicas, generación de productos para el consumo y el mercado, baja inversión de capital en las fincas, etc. Estos son algunos factores que hacen parte de la tradición de las familias, por lo que es su forma de vida y su forma de producir la tierra.

En Paraguay la discusión sobre la Agricultura Familiar gana fuerza en los últimos años – y agrego el término campesino (Agricultura Familiar Campesina), que

históricamente estuvo presente en los debates en el país. Para esto, fue fundamental.

La Ley N° 2419 del 23 de septiembre de 2003 que crea el Instituto Nacional de Desarrollo Rural y de la Tierra, INDERT, y establece el primer concepto legal de la Agricultura Familiar Campesina, definiendo a la misma como aquella en la cual el recurso básico de la mano de obra lo aporta el grupo familiar, siendo su producción básicamente de autoconsumo y parcialmente mercantil, complementando los ingresos a partir de otras producciones de carácter artesanal o extra predial. La superficie de la finca no es considerada como un parámetro en esta definición (Gattini, 2011, p. 10).

La Agricultura Familiar Campesina (AFC) en Paraguay es muy importante para el desarrollo local y nacional del país, considerando que son productores que se ganan la vida con la comercialización de sus productos y se podría decir que en su mayoría conservando tradiciones de cultivos.

Esta relevancia se quedó evidente en el Seminario Internacional para el Desarrollo y Fortalecimiento de la Agricultura Familiar (2004, p. 28).

El sector rural del Paraguay se compone mayoritariamente de unidades productivas individuales, que corresponden a la llamada Agricultura Familiar Campesina, es decir que están operadas por un productor varón, o mujer y su familia. En el Paraguay esta Agricultura Familiar responde con el 77% de la producción nacional de mandioca, 78.9% del algodón, 71% del maíz, más del 84% de la producción del poroto, y con más del 58% de la de caña de azúcar.

Según Salcedo y Guzmán (2014), citado por Riquelme (2016, p. 25), la mayoría de los estudios considera a la AFC como un sector clave para la disminución o erradicación de la pobreza y el hambre en los países donde éstos predominan. Incluso señalan que “los pequeños agricultores son aliados de la seguridad alimentaria y actores protagónicos en el esfuerzo de los países por lograr un futuro sin hambre”.

Además de esto, la agricultura familiar es una forma de vida, por lo general producen de forma sostenible, hacen agricultura con la familia manteniendo sus culturas y tradiciones. Estos evidencian que los pequeños y medianos productores agrícolas son primordiales en el Paraguay. Sin embargo, el sector tiene un conjunto amplio de problemas, como la pobreza, baja escolaridad, ausencia de asistencia técnica y financiamiento público, dificultad de mantenerse en la tierra, conflictos agrarios, migración de los jóvenes para las ciudades, acceso a mercados, baja cooperación, etc. Esto se suma a baja presencia de políticas públicas favorables, efectivas y amplias para el sector. En el texto *Agriculturas*

campesinas en Latinoamérica, editado por Francisco Hidalgo F., François Houtart, Pilar Lizárraga A. podemos ver los diferentes desafíos, dificultades o alternativas que envuelven la AFC.

Para nuestro estudio, la dificultad de acceso al mercado es central, pues compromete la sobrevivencia y la competitividad de la agricultura familiar campesina. En este sentido, es fundamental incrementar estrategias de ventas que promocionen productos saludables, frescos y de buena calidad, que lleguen de forma directa a las familias (productor – consumidor). Esto repercute de forma positiva a la economía de las familias, y por consiguiente puedan tener acceso a la educación y a la salud de manera equitativa con toda la sociedad.

Actualmente hay diferentes formas de venta de los productos y de acceso a los mercados. Las personas buscan obtener productos de acuerdo a sus exigencias, tienen la oportunidad de elegir que comprar y de dónde comprar, diferenciando productos tradicionales de los productos industrializados, y algunos demandan productos relacionados a la agricultura familiar campesina, sanos, orgánicos, saludables, que tengan buenas prácticas de cultivo, entre otros. Esto permite que los productores pueden seguir produciendo de manea tradicional, preservando sus culturas y aun así ajustando su oferta a la demanda cotidiana (Wilkinson, 2008).

En este capítulo fue posible identificar las características de la agricultura familiar, su importancia e sus dificultades. En el caso de Paraguay, la AFC es fundamental y debe seguir cultivando con las semillas originarias, preservando nuestras culturas, protegiendo la naturaleza, produciendo alimentos, etc. Para esto, es indispensable superar algunos problemas-claves, como el acceso al mercado. En este caso, una alternativa que continúa presente son las Cadenas Cortas, que fomentan la relación directa entre productor y consumidor, sin intermediarios.

3 CADENAS CORTAS AGROALIMENTARIAS

Las nuevas prácticas alimentarias son implementadas como una estrategia para mejorar la calidad de vida de las personas, ya sea de los consumidores o mismo de los pequeños productores, creando nuevas formas de relación campo/ciudad.

Una tendencia creciente, en los últimos años, es la búsqueda de productos frescos y alimentos orgánicos o ecológicos que están relacionadas con las cadenas cortas. Es necesario entender desde un principio que uno al investigar sobre Cadenas Cortas puede encontrar sinónimos, o diferentes formas de referirse a la misma cosa, tal vez por el idioma, puede ser dependiendo del autor o país, el hecho es que las palabras al final dicen lo mismo, por ejemplo, podemos encontrar Circuitos Cortos (CC), Canales Cortos (CC), Cadenas Cortas (CC), Canales Cortos de Comercialización (CCC), entre otros.

Cuando hablamos de cadena corta el objetivo es reducir los intermediarios entre productor y consumidor final. Cuanto más corta la cadena, más fácil es vincular los productos con el productor, porque uno conoce lo que cultiva y como cultiva, la procedencia y sus tradiciones, y esto puede generar una cierta confianza al consumidor a la hora de elegir sus productos, conociendo la identidad del productor y los métodos utilizados para el cultivo. La venta directa genera una relación entre el productor y consumidor donde el consumidor final ejerce su derecho de conocer el origen de los productos. La comercialización local de los alimentos no solo genera beneficios a los consumidores finales sino también a la zona en sí.

Según CEPAL - Serie Seminarios y Conferencias (2013, p.8).

Aunque los agricultores siempre han tenido la opción de vender en forma directa al consumidor final, este concepto nació formalmente en 1965, en Japón, cuando un grupo de madres de familia, preocupadas por la industrialización de la agricultura y el uso masivo de productos químicos, fundaron las primeras teikei (alianzas): el campesino se comprometía a proporcionar alimentos sin productos químicos a cambio de la compra por suscripción de su cosecha. En la misma época se crearon en Suiza fincas comunitarias llamadas food guilds, y otro tanto se hizo después en Canadá y en los Estados Unidos con el modelo de Community Supported Agriculture. En Italia estos grupos son conocidos como Gruppi di Acquisto Solidale, en tanto que en Alemania se denominan Landwirtschaftsgemeinschaftshof. En Francia este concepto es impulsado desde 2002 por las asociaciones para la mantención de la agricultura campesina, AMAP (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne), que se constituyen en diversos puntos del país en forma autónoma al Estado, por voluntad propia de los

consumidores y productores. Este modelo no se opone a otras formas de comercialización, sino que es complementario.

Los Canales Cortos de Comercialización son “aquellas formas de circulación agroalimentaria en las que solo se dan uno o ningún intermediario entre producción y consumo”. Estos canales se basan en la confianza entre el consumidor y productor, hasta el punto en que el consumidor tiene el derecho de conocer cómo se cultiva, donde se cultiva y quienes cultivan. Sin embargo, cuando la cadena alimentaria es más larga el conocimiento del origen de ese producto ya es prácticamente imposible.

De acuerdo con Goverde-Lips, Bruil y Renting (2015, p.40).

Os chamados circuitos curtos possibilitam relações mais diretas entre consumidores urbanos e produtores e apontam para novas perspectivas. Os consumidores obtêm alimentos frescos, sazonais e com preços acessíveis, geralmente produzidos de forma agroecológica, enquanto os produtores recebem remuneração mais justa.

Si la Agricultura Familiar es fortalecida y se envuelven en los mercados locales, existe la posibilidad de mitigar la pobreza (con el incremento del ingreso económico) y mejorar la calidad de vida, no solo de los agricultores sino también de los consumidores y producir preservando el medio ambiente. Además, el menor costo del producto, por eliminar intermediarios, también es muy relevante.

Dentro de lo que sería el concepto de las Cadenas Cortas o Circuitos Cortos (CC), encontramos más o menos dos cosas. La primera es la venta directa (productor al consumidor), que puede ser en las ferias, repartíéndolos a domicilio o recoger de la casa mismo del productor. La segunda es la venta semi-directa, en donde solo puede haber un intermediario, esto puede ocurrir dentro de una cooperativa o asociación (DAROLT, LAMINE, BRANDEMBURG, 1993, p.9). Existen otras formas de comercialización que podrían entrar dentro de las Cadenas Cortas, pero estos dos casos son los más utilizados dentro de los términos de CC. Otras denominaciones como circuito de proximidad, circuitos locales, circuitos alternativos, que al final van adoptando estrategias para que los consumidores tengan la posibilidad de elegir, construyendo formas alternativas de compras, con la misma perspectiva de la comercialización directa, generando beneficios sociales y económicos para los actores involucrados.

La práctica de las CCs implica la autonomía del agricultor, porque la carga del deber de cultivar, cosechar, limpiar, transformar, y vender es dirigido por los mismos agricultores. Y la forma de comercialización de los productos depende de los agricultores: la disponibilidad de su tiempo y comodidad en tema de infraestructura para las ventas. Cada productor tiene su forma de organizar su cultivo o su propiedad en general, por lo tanto, la forma de distribución de los alimentos es de acuerdo a la disponibilidad de los agricultores. En América Latina y Caribe, en Europa y en otros continentes las sociedades van optando por otros tipos de comercialización o desarrollo, priorizando el medio ambiente, pensando en sostenibilidad no solo del medio ambiente sino también de la cultura y de la economía local, por lo que van frecuentando y priorizando los circuitos cortos y de proximidad exigiendo calidad de los alimentos.

En Paraguay existe la comercialización directa de productos agrícolas. Pero esto no significa que los agricultores solo puedan vender en ferias o a través de asociaciones con cooperativas u otros, si no que todavía existen agricultores que en el interior del país salen de sus casas con sus carretas, caballos o a pie para comercializar en las zonas urbanas los productos. Esto genera un empleo agrícola y hace que las familias de las comunidades rurales puedan tener nuevas fuentes de ingresos.

Hay un local destinado para la comercialización directa en el Paraguay que es el Mercado de Abasto, la cual se encuentra en la capital del país (Asunción). Dentro de la misma existe una asociación denominada CECOPROA (Centro de Comercialización para productores Asociados) que es administrada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería a través de la Dirección de Comercialización.

De acuerdo con el MAG (2015).

Don Adelio Núñez, del Comité de Productores Unidos de Guayaivi, departamento de San Pedro, es un agricultor que se dedica a la producción de Piña, Banana y Melón. Acompañado de sus compañeros de la Organización llegan día de por medio al mercado de Abasto para comercializar sus productos directamente a los mayoristas, de esa manera obtienen mejores ganancias sin la intervención de intermediarios. El productor destaca el trabajo que desarrolla el Ministerio de Agricultura y Ganadería acompañándolos con la asistencia técnica desde el proceso de preparación de suelo, siembra, cuidados culturales, cosecha, manejo post cosecha y la comercialización a través del CECOPROA.

Otro caso de cadena corta conocido en Paraguay es la Feria “De la Colonia a tu mesa”, que nació en marzo del 2015 en la ciudad de Asunción con el apoyo de la INDERT, y con el respaldo de la Municipalidad de Asunción. Hoy en día es considerada una feria con mucho éxito, y los feriantes vienen de los departamentos de San Pedro, Caazapá, Misiones y Central. La feria se realiza una vez por mes en la capital apoyando así a los productores a comercializar sus productos.

“Estas ferias del Indert se promueven con la participación de los Comités de Mujeres, a través de la Dirección General de Género del Indert” (Agencia de Información Paraguaya, 3 de junio 2016).

La Feria “De la Colonia a tu mesa” es un espacio donde se compra productos frescos y naturales, donde los productores se instalan sobre la Avenida de Tacuary. Se pueden encontrar productos a buen precio como: carnes de vaca, cerdo, oveja, cabras, gallina casera, cecina del Chaco y queso Paraguay, o degustar platos tradicionales como locro, cecina, sopa de pescado, chorizo Pa'i Puku, chipa asador, leche natural pasteurizada del Chaco, así como frutas y hortalizas, entre otros (INDER).

De acuerdo con las noticias de la INDERT, (22-03-2016).

La llovizna no fue impedimento para que la ciudadanía participe y adquiera para la Semana Santa productos frescos y naturales de la Feria “De la Colonia a tu Mesa” del Instituto Nacional de Desarrollo Rural y de la Tierra (INDERT). Se trata de la segunda edición de la feria del presente año, donde los comités de mujeres y productores lograron recaudar un total de 80 millones de guaraníes en concepto de venta de sus productos agropecuarios.

En este capítulo fue posible caracterizar las cadenas cortas agroalimentarias e identificar las ventajas de este sistema de comercialización para productores y consumidores. Las ferias son una de las principales modalidades y, en Paraguay, se comentó algunas experiencias más reconocidas. Pero, en los pequeños distritos del país también es muy tradicional la presencia de ferias agroalimentarias, como en Yuty, que vamos a presentar más adelante.

4 ASPECTOS GENERALES DEL PARAGUAY, CAAZAPA Y YUTY

En este capítulo daremos algunos datos generales de Paraguay, Caazapá e Yuty, así como hablaremos sobre las actividades económicas y la situación del espacio rural en estas escalas.

4.1 PARAGUAY

La República del Paraguay es un país que tiene dos idiomas oficiales, que son el español y el guaraní, su capital es Asunción y el clima es tropical y subtropical. Paraguay fue descubierto en el año 1524 por el español Alejo García y se independizó en 1811 con la revolución del 14 de mayo. Está dividida en diecisiete (17) departamentos regidos por un gobernador, una junta departamental y cada distrito tiene un gobierno local encabezado por un intendente municipal. Los departamentos son: Alto Paraguay, Alto Paraná, Amambay, Boquerón, Caaguazú, Caazapá, Canindeyú, Central, Concepción, Guaira, Itapuá, Cordillera, Misiones, Ñeembucú, Paraguarí, Presidente Hayes y San Pedro (SENATUR, s/d).

De acuerdo con la SENATUR.

La gastronomía nacional del Paraguay se basa en los productos del agro y en las carnes. Sus ingredientes principales son el maíz, la mandioca, el maní y sus productos más conocidos son el chipa, la sopa paraguaya, el chipa candói, el mbejú, chipa guasú, kaburé. La carne de res es un componente presente en el so' o mbi-chy, chastaca, chipa so' o, soyo, bife pupú, locro y otros platos. La cocina internacional tiene un lugar destacado en la oferta gastronómica con platos exquisitos y deliciosos postres, sin olvidar la diversidad de frutas existentes gran parte del año.

Paraguay tiene una población total de 6.164.082 habitantes, con el 41,4% de la población viviendo en el espacio rural y 58,6% en la zona urbana según la Encuesta Permanente de Hogares de 2008. El país tiene 40.675.200 Ha de superficie y según la Dirección de Censos y Estadísticas Agropecuarias la zafra del 2013/2014 alcanzo 5.698.283 con cultivos temporales y permanentes. (MAG, 2015, p.18).

Cuando observamos la distribución de las tierras detalladas por departamento, en la región oriental hay un uso de 13.442.283 hectáreas y que en la región occidental es de 17.644.612 hectáreas en 2008, lo que nos da un total de 31.086.894 hectáreas. Comparando

con el año 1991, donde el total fue de 23.817.737 hectáreas, hubo una variación positiva de 30,5% en superficie total. En Paraguay, el área con cultivos temporales, permanentes y hortalizas y la superficie con pastura natural y cultivada se notan un aumento considerable, pero en la superficie con montes naturales y forestales cultivados y la superficie en barbecho y en descanso entre 1991 y 2008 ha disminuido notoriamente (Cuadro 1). Las superficies que han disminuido son las que, en realidad, tienen relación con la biodiversidad y el cuidado del medio ambiente, el descanso de la tierra, la producción diversificada, el cuidado de los bosques y los recursos naturales.

CUADRO 1 – Utilización de las tierras en las explotaciones agropecuarias en Paraguay (1991 y 2008) – hectáreas.

VARIABLES	PARAGUAY 2008	PARAGUAY 1991	VARIACIÓN (%)
Superficie con cultivos temporales permanentes y hortalizas	3.365.203	1.662.006	102,5
Superficie con pastura natural y cultivada	17.837.589	12.571.895	41,9
Superficie con montes naturales y forestales cultivados	7.477.454	7.818.423	-4,4
Superficie en barbecho y en descanso	472.143	573.328	-17,6
Superficie bajo otros usos	1.934.506	1.192.085	62,3
Superficie total (Ha)	31.086.894	23.817.737	30,5

Fuente: Censo Agropecuario 1991 y 2008 (MAG, 2015).

La economía del país tiene fuerte dependencia de la agricultura y la ganadería. “La cuarta parte del Producto Interno Bruto (PIB) corresponde al sector primario” (PNUD, 2010, p.15). Es decir, la agricultura, la ganadería, la producción forestal y la pesca tienen un aporte muy importante y las actividades industriales tienen una relación directa con el sector primario.

De acuerdo con el MAG (2015, p.12)

Según los datos del último Censo Agropecuario Nacional (CAN) 2008, se observa que las fincas dedicadas a las actividades agropecuarias ocupan un total de 31.086.894 Ha (30,5 % más que CAN de 1991), de los cuales, se dedican 3.365.203 Ha a tierras de labranza, que incluye los cultivos temporales y permanentes (102,5 % más que CAN 1991), en tanto que 17.837.589 Ha ocupan las praderas naturales y cultivadas (41,9% más que CAN 1991), y 7.477.454 Ha corresponden a montes naturales y forestales cultivados (-4,4%) menos que CAN 1991, 472.143 Ha destinadas a barbecho o descanso (-17,6% menos que CAN 1991) y 1.934.506 Has. a otras tierras (62,3% más que el CAN 1991).

El Cuadro 2 nos demuestra que en Paraguay había una mayor cantidad de fincas con una menor cantidad de tierras en 1991. Sin embargo, en 2008 la cantidad de fincas disminuyó, pero la superficie de las tierras aumentó. Con estos datos podemos decir que hoy en día existen menos propietarios con más tierras. El área media de las explotaciones pasó de 77,5 ha para 107 ha entre 1991 y 2008 en Paraguay.

CUADRO 2: Superficie y cantidad de fincas en Paraguay

VARIABLES	Paraguay		
	1991	2008	Variación (%)
CANTIDAD DE FINCAS	307.221	289.649	-5,7
SUPERFICIE TOTAL (HA)	23.817.737	31.086.894	30,5

Fuente: (MAG) Ministerio de Agricultura y Ganadería (2015, p.13).

El Cuadro 3, que nos demuestra los principales rubros temporales dentro de Paraguay, nos da un panorama claro de la situación del país con respecto a los cultivos más producidos a nivel país entre el 2013 y 2014, donde la soja ocupa el primer lugar con una producción de 9.975.000 toneladas. La soja es uno de los cultivos masivos en Paraguay, principalmente en la parte oriental del país, siguiendo de la caña de azúcar, el maíz, la mandioca y el trigo.

CUADRO 3: Principales cultivos temporales en el Paraguay, zafra 2013-2014

Cultivos	Superficie (Ha)	Producción (Ton.)	Rendimiento (Kg/Ha)
Soja	3.500.000	9.975.000	2.850
Caña de Azúcar	118.000	6.372.000	54.000
Maíz	800.000	3.200.000	4.000
Mandioca	180.000	3.060.000	17.000
Trigo	560.000	840.000	1.500

Arroz con Riego	120.000	804.000	6.700
Girasol	62.000	111.600	1.800
Canola	75.000	105.000	1.400
Sorgo p/grano	25.000	87.500	3.500
Poroto	70.000	58.100	830
Batata	5.200	52.000	10.000
Tomate	1.330	46.550	35.000
Sésamo	60.000	41.400	690
Maní	25.000	25.000	1.000
Algodón	14.000	15.400	1.100
Zanahoria	1.010	11.615	11.500
Tártago	5.500	6.325	1.150
Cebolla de Cabeza	800	6.000	7.500
Tabaco	2.600	5.616	2.160
Locote	652	5.535	8.489
Arroz Secano	1.648	4.944	3.000
KáaHée	2.300	3.680	1.600
Habilla	4.572	3.640	796
Papa	240	3.600	15.000
Frutilla	300	2.850	9.500
Arveja	1.390	1.251	900
Menta	596	1.142	1.916
Ajo	163	216	1.325
Total	5.637.300	24.849.965	---

Fuente: (MAG) Ministerio de Agricultura y Ganadería (2015, p 15).

El Cuadro 4 nos trae datos del cultivo permanente de la zafra del 2013-2014, en las cuales podemos conocer que tipos de productos son cultivados entre los rubros permanentes en Paraguay y cuál es la superficie utilizada para cada cultivo. Se utiliza una superficie de un total de 60.983 hectáreas que es la que representa a los principales rubros permanentes dentro del país. En este grupo, la yerba mate es el cultivo principal, pero ocupa un área reducida cuando se compara con los rubros temporales.

CUADRO 4: Cultivos permanentes en el Paraguay, zafra 2013-2014.

Cultivos	Superficie (Ha)	Producción (Ton.)	Rendimiento (Kg/Ha)
Naranja Dulce	7.700	231.000	30.000
Naranja Agrio	7.140	99.960	14.000
Yerba Mate	20.000	92.000	4.600
Banano	7.800	70.200	9.000
Piña	5.256	63.070	12.000

Tung	8.995	52.285	5.813
Mandarina	1.950	48.750	25.000
Pomelo	1.050	41.100	39.143
Limón Sutil	450	9.000	20.000
Vid	348	1.935	5.560
Cafeto	294	386	1.313
Total	60.983	709.686	---

Fuente: (MAG) Ministerio de Agricultura y Ganadería (2015, p 16).

La Agricultura Familiar Campesina se dedica a la venta de productos “in natura” y se encuentra en constante competencia con los productores a gran escala, pero en total desventaja a raíz de una serie de factores como: el área cultivada no es muy grande, no cuentan con asistencia técnica, poca adopción de maquinarias modernas, el acceso a crédito es limitado, y difícilmente se pueden organizar en grupos, además el problema de la fertilidad de los suelos, factores que han afectado la AFC en el Paraguay (GATTINI, 2011).

4.2 DEPARTAMENTO DE CAAZAPA

El Departamento de Caazapá tiene una superficie de 9.496 km² y 139.517 habitantes, lo que genera una densidad poblacional de 15 personas por cada km² (BIBLIOTECA ATLAS). El departamento está dividido en 11 distritos, Abai, Buena Vista, Caazapá, Doctor Moisés S. Bertoni, Fulgencio Yegros, General Higinio Morínigo, Coronel Maciel, San Juan Nepomuceno, Tavaí, Yuty, 3 de Mayo. Al norte limita con los departamentos de Guairá y Caaguazú, al sur con el departamento de Itapúa, al este con el departamento de Alto Paraná, al oeste con los departamentos de Misiones y Paraguairí (Gobernación de Caazapá 2013_2018).

Su capital es Caazapá, su nombre que proviene del guaraní ka'avy jahasapá, significa «más allá del bosque», su historia está ligada a los misioneros franciscanos (Plan Local de Salud, mayo 2013, p.22).

Según el Plan Local de Salud del departamento de Caazapá (2013, p.23).

El Río Tebicuary recorre de este a oeste el sur del departamento y marca una parte del límite con el territorio del departamento de Itapúa. El Río Tebicuary—mí

marca el territorio con el departamento de Paraguari. El Río Pirapó desemboca en el Río Tebicuary, en el centro del departamento. En Caazapá también se encuentran las nacientes de los arroyos Capiibary e Ypety y los arroyos Iñaro, Guazú y Charará.

FIGURA 1: Mapa del Departamento de Caazapá.



Fuente: Biblioteca Atlas.

Cuando hablamos de sector agrícola del departamento de Caazapá nos damos cuenta que el cultivo que tuvo más incremento en las últimas décadas fue el trigo, seguido de la soja. Caazapá es el tercer productor de arroz a nivel nacional y el cuarto del maíz y el tabaco. Otra siembra importante es la caña de azúcar, seguido de otros productos como el ganado, porcino y vacuno (DGEEC, 2002).

Según el diario ABC Color (22 de marzo de 2015).

Con 151.000 habitantes en 2012, la población departamental crece lentamente, tendencia que experimentan todos los distritos que lo conforman. La población se encuentra distribuida de manera relativamente homogénea en el departamento.

La agricultura se encuentra más desarrollada en el lado este del departamento mientras que en el oeste tienden más hacia la ganadería, sin embargo, los relieves encontrados en esos territorios dificultan la mecanización del sector. La soja y el arroz en estos últimos años también han tomado relevancia y el río Tebicuary es aprovechado principalmente para el cultivo del arroz, esto sería hablando a nivel de agricultura empresarial. En términos de la agricultura familiar, sus rubros están más relacionados con la mandioca, que en su totalidad es consumo local, y la caña de azúcar, que se destina a industrias regionales. También está el algodón, pero su nivel de cultivo está bajando drásticamente en los últimos años. Sin embargo, el cultivo de cítricos y el mburukuja es una opción para los agricultores familiares (ABC color, 2015).

La tradición ganadera en el departamento de Caazapá se basa en pasturas naturales sin mucha innovación tecnológica, a comparación de otros departamentos el hato ganadero no creció mucho. La llegada de la ruta VIII, que une Coronel Oviedo con Coronel Bogado, pasando por Caazapá y Yuty, actuaría como una especie de escape a diferentes dificultades a causa del mal camino, ya que posiblemente diversificaría las actividades urbanas y consecuentemente rurales (ABC color, 2015).

En Caazapá, el sexto departamento del Paraguay, la reserva encontrada son el Parque Nacional Caaguazú que tiene 16.000 hectáreas, también la Reserva Privada Golondrina de 24.077 hectáreas y el Área Silvestre Protegida Isla Susu que tiene 4.700 hectáreas (Portal Guaraní).

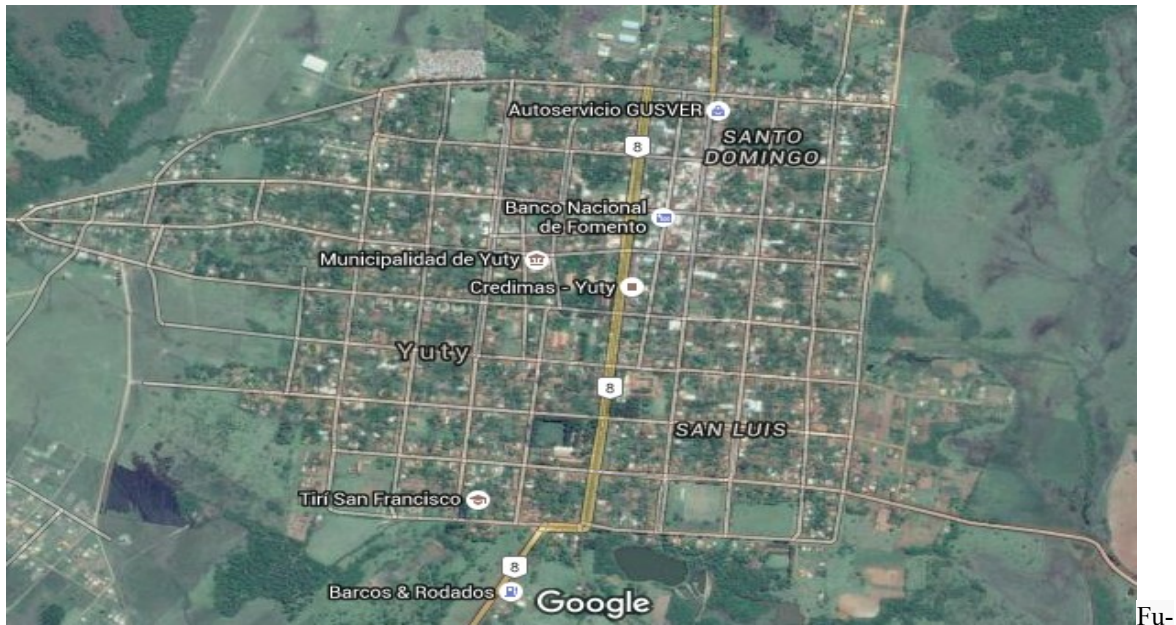
4.3 MUNICIPIO DE YUTY (CAAZAPÁ-PARAGUAY)

La ciudad de Yuty es una de las más antiguas y tradicionales del Paraguay, regada por los ríos Tebicuary y Pirapó - también cruza por su territorio el arroyo Aguaray, donde se

encuentra minas de magnetita. Tiene orígenes franciscanos y está ubicada a 26° 36'' S y 56° 15'00'' O, altitud media de 112MSNM, con una superficie de 85.675 hectáreas y densidad de 13 hab. /Km². La Patrona del municipio es Nuestra Señora de la Natividad, su población es de aproximadamente 18.000 habitantes, sabiendo que el área urbana cuenta con más o menos 6.000 habitantes (REVISTA MUNICIPAL YUTY, 2011-2012).

La ciudad de Yuty (Figuras 2 y 3) fue fundada el 4 de octubre de 1611 por el sacerdote Franciscano español Fray Luis de Bolaños y, en homenaje a él, se le llamo San Francisco de Yuti en aquel entonces (TESSADA, 2002, p. 48 - 49). Deduciendo así una trayectoria de 405 años de fundación de la ciudad. Está ubicada a 98 km de la ciudad de Caazapá y a 391 km de Asunción. El origen de su nombre es peculiar y dudoso al mismo tiempo, por la existencia de dos versiones muy diferentes. La primera es que en guaraní significa “lugar de espinas” (Yu = aguja y Ty = lugar). La segunda versión es que supuestamente el lugar era zona de reuniones, y cuando se les preguntaba a los originarios de dónde venían respondían en guaraní: (Ayu aty haguí) “vengo del lugar de reuniones” y por contradicción o confusión quedo en Yuty (CAAZAPA PARAGUAY, 10 de diciembre 2010).

FIGURA 2: Mapa de la Ciudad de Yuty (vista satelital)



Fuente: Google Maps

FIGURA 3: Vista aérea Yuty.



Fuente: Arriba Yuty (Facebook).

Existe una última y la que más aproxima a la realidad es que, según el compueblano, el Dr. Tadeo Zarratea, cuando estaba en la selva de Pedro Juan Caballero mensurando una comunidad indígena y hablando con el mburuvicha² de los paitavytera³ escucho casualmente la palabra Yuty, el que, según este, era el héroe cultural que enseñó la palabra sagrada a su pueblo. Yuty era para su pueblo el conjunto o la suma total de la sabiduría. YU: sagrado y TY: conjunto (REVISTA MUNICIPAL YUTY, 2011-2012).

A nivel de industria hoy en día comprende una desmotadora de algodón, una yerbatera y una arrocera, dando así trabajo para las familias del distrito. Normalmente la principal labor de los habitantes es la agricultura y ganadería, y la explotación de madera. Con respecto a la ganadería, la producción supera los 6.000 cabezas de ganado todos provenientes de estancias y establecimientos ganaderos. La agricultura comprende la producción de arroz, algodón, maíz y yerba mate (REVISTA MUNICIPAL YUTY, 2011-2012).

Según el Censo Agropecuario Nacional de 2008, el distrito de Yuty tenía 4.912 finca y la superficie total de ellas era de 185.205 hectáreas (media de 37,7 hectáreas). La mayoría de esas fincas (96,6%) esta manejada por un solo productor, pero también hay productores asociados y sociedades empresariales. El nivel de educación de los productores es bajo, la mayoría con un nivel de escolaridad que va hasta el sexto grado (85%) y muy pocos son los que llegan hasta la universidad (2%). Sin embargo, 6% de los encuestados (productores) se declararon analfabetos. El Censo también permite identificar otras características: 92% de los productores residen en la finca; 70% viven en la misma explotación a más de 10 años; 99,7% son paraguayos; la media de miembros que viven en la finca es 3 personas; 50% de los productores trabajan solemnemente en la finca, 44% trabajan dentro y fuera, 2% fuera y 3% no realizó ningún trabajo; 19% tienen acceso a asistencia técnica y 13% a financiamiento rural.

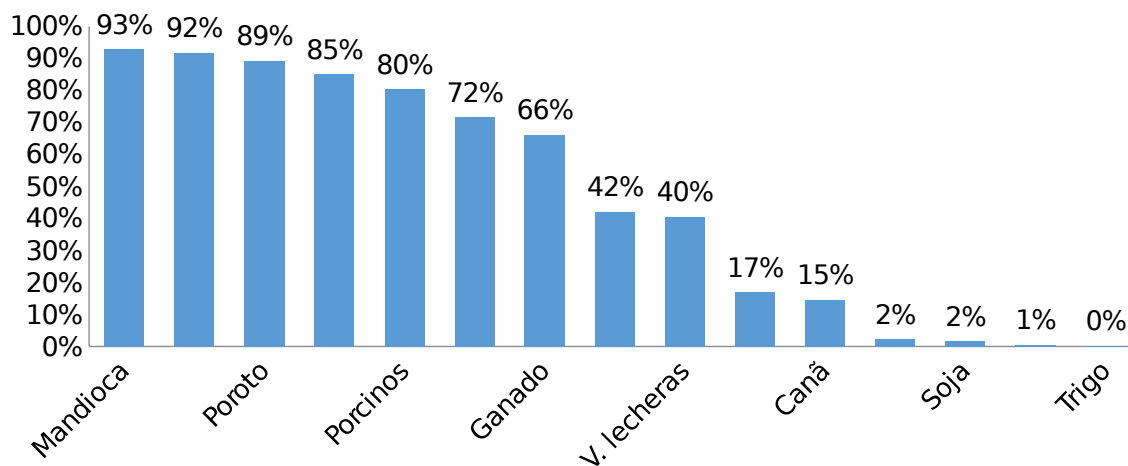
En términos de actividades productivas, el cultivo más popular era la mandioca (93% de las fincas producían en 2008), seguido por el poroto (89%) y el maíz (72%). Los cultivos menos presentes fueron arroz, trigo, sésamo, soja y la yerba mate, con menos de 2% de las unidades produciendo, mientras que la caña, maní y algodón estaban en situación

2 Mburuvicha: Gran Jefe

3 Paitavytera: grupo étnico

intermediaria. Además de esto, el 85% indicaron que tenían huerta en la finca. La creación de pequeños animales (pollos y porcinos) también cuenta con alta incidencia (más de 80%), así como es importante el ganado (66%) y vacas lecheras (44%) (Figura 4).

Figura 4 – Presencia de cultivos y creaciones en las fincas de Yuty (2008)



Fuente: Censo Agropecuario 2008 (MAG, 2015).

Estos datos evidencian la importancia de la agropecuaria en Paraguay, Caazapá e Yuty, con fuerte presencia de la agricultura familiar. En el caso de Yuty, lo que se evidencio, a partir del Censo de 2008, es que la mayor parte de los productores son paraguayos, tienen pequeñas dimensiones territoriales, están ya hace un buen tiempo en la finca y carecen de algunos servicios importantes (asistencia técnica y financiamiento rural). Además, es grande el número de fincas que tienen una producción agropecuaria diversificada, con algunos productores comercializándolos en la feria de la ciudad – como vamos presentar adelante.

5 FERIA MUNICIPAL YUTY

En este capítulo nos enfocamos en la descripción del tema principal de esta investigación, que es la Feria Municipal Yuty, conformada por familias de agricultores de las diferentes compañías de Yuty. Inicialmente presentamos algunos datos sobre cómo empezó, que venden, etc., y después focalizamos en los productores y consumidores.

5.1 Características de la Feria de Yuty

La Feria está ubicada al costado de la Terminal de Ómnibus, situada en el centro de la Ciudad de Yuty, departamento de Caazapá. La Feria fue impulsada en el año 2002 por ingenieros agrónomos que querían ayudar a las familias productoras a comercializar sus productos. Al inicio de la feria no tenían un lugar propio, y por esto alquilaban un local que quedaba a pocas cuadras de la plaza, sobre la calle Independencia Nacional. Después de 4 años aproximadamente, se ubicaron en la plaza y luego se mudaron al costado de la terminal de ómnibus de la ciudad, con un local propio y bien estructurado donde actualmente se encuentran. Este cambio ocurrió en la gestión del Intendente municipal Dr. Edgar José Walcko (periodo 2006- 2010), que inauguró un nuevo local para los feriantes el 17 de marzo de 2010, para 15 miembros de la feria.

FIGURA 5: Feriantes en la inauguración del Local (2010)



Fuente: Facebook del Gobierno Municipal 2006- 2010.

Anteriormente cada uno veía la forma de acomodar sus cosas, con toldos, encima de mesas, en el suelo o casitas con carpas. Pero, actualmente, cuentan con piezas propias

(Figura 6), con una buena infraestructura construida por la municipalidad de Yuty. La infraestructura es bastante buena a comparación de cuando comenzaron recién, según informaciones por parte de ciudadanos que conocen la feria desde que empezó y siguen frecuentando hasta hoy en día.

FIGURA 6: Estructura actual de la Feria Municipal Yuty



Fuente: Investigación de campo (2016).

Es bueno aclarar que hay 9 piezas y que no todas son usadas por los miembros de la feria, pues hay piezas que no se usan y está disponible para aquellos que quieran ser parte de la feria. Con respecto al número de miembros de la feria, es bastante variado, ya que ellos mismos no sabían exactamente entre cuánto están, pero la mayoría respondió que la media es 10, esto a causa de que no siempre vienen todos los miembros de la feria, por diferentes motivos (se enfermó, tiene problemas con documentaciones, papeleos u otros, etc.).

Las familias que forman parte de la feria vienen de distintos distritos que se encuentran alrededor de la ciudad (pueblo) que son Mbocajaty, Itangu'a, San Juan, San Isidro, Tiri, Guasukai, Jaguarete Kora, Loma Yruguaity y Jakura'a. A pesar de que los caminos vecinales no se encuentran en muy buen estado y considerando que son caminos que no están pavimentados, los agricultores siguen apostando a la venta de sus productos dentro de la ciudad, ya que la mayoría de las familias solo trabajan en la producción agropecuaria.

Las familias venden productos de origen vegetal y animal como: kumanda (poroto), avati moroti ha pyta (maíz blanco y rojo), mandi'o (mandioca), kure ñandy (grasa de chanco), avatiky (choclo), dulce de maní, avatiku'i (harina de maíz), aramiro (almidón casero), kamby (leche), kurero'o (carne de cerdo), manduvi (maní), jety (batata), perejil, orégano, cevoi rogué (cebolla de verdeo), tomate, locote, eirete (miel de abeja), eira (miel negra), ryguasu reongue (gallina cacera), ryguasu rupi'a (huevo casero), quesú (queso), zapallo, andai (calabaza), arveja, naranja, mandarina, limón, etc.; y, dependiendo de la época, sandía y melón. Todos los productos son traídos directamente de las chacras para la feria.

En las primeras horas de la mañana (4h o 4:30h) de los días martes y viernes estas personas vienen hasta el pueblo de Yuty a vender sus productos. Cuando llegan, los feriantes ya van acomodando sus productos, cada una organizando para que los clientes puedan elegir lo que mejor les parezca. El horario máximo de atención es hasta 8:30 de la mañana y la mayoría a esa hora ya no le queda nada de sus productos y el resto de la mañana suelen aprovechar para hacer otras diligencias.

FIGURA 7: Primeras horas de preparación de la Feria Municipal Yuty



Fuente: Investigación de Campo (2016).

FIGURA 8: Productos expuestos en la Feria Municipal Yuty



Fuente: Investigación de Campo (2016).

Llama atención que los feriantes son mayormente mujeres. Lo que les diferencia de otros mercados es que son muy cordiales, los supermercados, despensas u otras relacionadas, donde uno solo se va a comprar y uno no tiene la oportunidad de conocer a quién está atendiendo. Sin embargo, este no es el caso de esta feria, pues son personas que te reciben y te hablan con mucha amabilidad, son personas que están dispuestas a compartir contigo su mate o su terere si usted así lo quiere.

Un punto en consideración es que, en la mayoría de los casos, las personas hacen sus pedidos con anticipación y los feriantes lo entregan en el día. Es común, por ejemplo, las encomiendas de los restaurantes, que compran como mínimo 5 kg de harina de maíz o también el queso, que tiene mucha demanda y es utilizada en muchos platos. Así, además de la feria y de los consumidores que compran para su consumo, hay productores que llevan sus productos directamente a los restaurantes, que sirve como otra opción de comercialización de sus productos.

FIGURA 9: Utilización de motocarro para traslado de productos



Fuente: Investigación de Campo (2016).

Los productores trasladan sus productos en colectivo o motocarro y se organizan en grupos de tres o dos personas para pagar al chofer que maneja la moto. Es como un taxi que trabaja trasladando a la gente de sus casas a la ciudad con todos sus productos. Si vienen en colectivo, se les hace más complicado por el horario y porque tarda más en hacer todo el recorrido para llegar hasta la ciudad. También hay un feriante en particular que trae sus productos en una carreta, esto si hay problemas con respecto a la moto (motocarro) porque depende de la disponibilidad de su nieto para manejar.

La Feria Municipal Yuty es muy interesante y peculiar comparando con otras ferias desenvueltas en otras ciudades o países, porque comúnmente las ferias son realizadas bajo carpas, toldos o barracas sin embargo esta feria como bien podemos notar en las fotos tiene una infraestructura y un espacio propio, otro ejemplo es también que la feria municipal Yuty se realiza entre los días martes y viernes, pero comúnmente las otras ferias se realizan los domingos. La entrada de nuevos feriantes no es muy difícil porque es más abierta para todos aquellos que quieran comercializar sus productos que provienen de sus huertas o cultivos, ya que cuenta con 9 piezas y las cuales de acuerdo a la manifestación de los miembros de la feria ellos pueden compartir una pieza entre tres productores, de esa forma la feria puede ayudar a varias familias a mejorar su renta familiar y consecuentemente mejora la calidad de vida.

Por último y no por eso menos importante es que esta feria está compuesta mayoritariamente por mujeres donde también podemos notar la participación de las mujeres dentro de los cultivos, y también tomando la responsabilidad de ir hasta la ciudad a comercializar los productos, la presencia de hombres en esta feria es casi imposible, no se sabe con certeza del porque son las mujeres que toman esa responsabilidad pero existe una hipótesis de que las mujeres saben desenvolverse mejor dentro de la feria, y el manejo de los productos son mejores comparando con los hombres, esto se refiere a la hora de manipular los productos, la forma de organizar y la exhibición de los mismos. Las mujeres son más detallistas, saben los gustos y demandas de sus clientes porque también la mayor parte de los clientes son mujeres, las mujeres son las encargadas de hacer las compras para el hogar.

Esto nos demuestra que a comparación de otras ferias que muchas veces tienen problemas de instalaciones o un lugar donde ubicarse la feria Yuty no sufre esos dilemas, sino

que el inconveniente principal es el traslado de los productos desde sus viviendas hasta la localidad de comercialización, llevando en cuenta que la feria no se realiza en los días de lluvia justamente porque los caminos vecinales no están pavimentados.

Es importante entender que la feria para los productores es una forma de comercialización de los productos segura y rápida, es un lugar de trabajo donde cada productor tiene sus clientes, gracias a la confianza que existe no solo entre los productores si no también con los consumidores generando una relación directa entre los productores y consumidores, haciendo que el consumidor pueda ejercer su derecho de conocer de dónde viene los productos, quien cultiva y como cultiva, etc.

La feria necesita de un líder que desenvuelva con mayor eficacia las actividades de la feria, que impulse con mayor interés sus derechos, promoviendo sus inquietudes dentro del municipio buscando beneficios que haga que la feria avance y no quede en un retroceso. El desenvolvimiento dentro de la feria no está muy activo por falta de un líder que manifieste sus intereses comunes, buscando así un mejor reconocimiento para los productores miembros de la feria.

La falta de un buen desempeño por parte de la organización mejorara su inserción en el mercado, por ejemplo cuando hablamos de las fechas festivas como las fiestas patronales, la semana Santa, año nuevo o navidad debería de haber una mejor organización para poder abastecer las demandas de la comunidad y de los visitantes también hacer propagandas ya sea por la radio, a través de carteles o pancartas para que las personas estén enteradas de los días y horas realizadas las ferias, la falta de una persona que organice y guie para acomodar sus productos también hace falta dentro de la feria, por ejemplo, las carnes de gallina, cerdo, pato entre otros tiene que estar aislado de los demás productos, las frutas de un lado y las verduras de otro lado. Así para que los consumidores perciban que también son llevados en cuenta la forma de organizar y acomodar los productos, esto es considera un elemento clave para que la feria sea considerada un mercado limpio y con un enfoque de cuidado hacia los alimentos, porque la feria no cuenta con una asistencia de certificación de los productos o una inspección de salubridad de los productos que son comercializados dentro de las mismas.

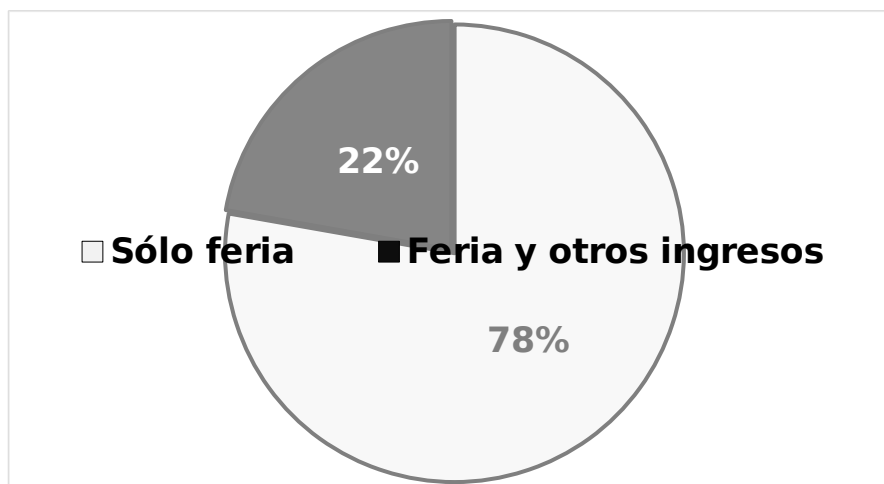
5.2 Los productores de la feria

Con la investigación de campo pudimos obtener informaciones precisas de 9 (nueve) productores miembros de la feria encontrados el día 3 de mayo de 2016. Son productores que vienen de diferentes compañías que se encuentran alrededor de la ciudad. Con los datos adquiridos a partir de una encuesta, observamos que la mayoría que conforma la feria son mujeres (8 mujeres y 1 varón), siendo que el hombre estuvo en este día porque su mujer no pudo estar presente – en general es ella que viene a la ciudad para comercializar sus productos en la feria. También pudimos percibir que el 56% de los productores son mayores de 50 años y 89% tienen el nivel primario de escolaridad.

Con respecto al estado civil de los productores, la mayoría (dos tercios) han respondido que son casadas/os. Por consiguiente, el número total de personas que viven en cada finca rondan desde 2 personas hasta 6 personas.

En la Figura 10 podemos observar la importancia de la feria cómo espacio de comercialización e ingreso económico de las familias, pues 7 de los 9 encuestados respondió que la venta es la única fuente de renta ya que no tienen otro trabajo y solo se sustentan con la comercialización de sus productos dentro de la feria municipal de Yuty. Los otros dos encuestados venden su fuerza de trabajo para ampliar la renta. También hay hijos que trabajan en la ciudad, ya sea como empleadas domésticas o en los comercios como ayudantes, para poder estudiar y así alcanzar un nivel universitario.

FIGURA 10: Fuentes de renta de los feriantes encuestados



Fuente: Investigación de Campo (2016).

La mayoría de estas personas viven en sus propias tierras, que varían desde 0,25 hasta 10 hectáreas. En este espacio los productores tienen un cultivo diversificado de frutas, hortalizas y legumbres, que cultivan dependiendo de la época del año. Las familias producen para su propio consumo (prioridad) y para alimentar a los animales; el resto de la producción va para la venta. Así, se puede decir que estas familias dependen de su propiedad rural, ya que es de la finca que obtienen la producción para el consumo y para comercializar en la feria, que son la base de sustento de las familias.

La producción es básicamente hecha con herramientas manuales, como azadas, machetes, ybuku (machete largo), arado con bueyes, etc. Los productores se dedican a cultivar y a criar algunos animales de tiro, como bueyes y caballo, y también hay cría de aves (gallinas y patos) y otros como vacas y cerdos, las cuales en épocas festivas como Semana Santa, Navidad o Año Nuevo las ventas son masivas principalmente cerdos y gallinas tienen la demanda mayoritaria para el consumo de los visitantes. Pero, así como se pudo mirar en el Censo, muchos productores (67% de los encuestados) dijeron que no recibe ningún beneficio para sus cultivos y que, a pesar de eso, siguen produciendo sus tierras.

La mayoría de las familias ya han estado desde el comienzo de la feria hasta hoy en día. Las mercaderías son muy variadas, pero todos tienen productos que son de la estación generalmente, como frutas y hortalizas. Siempre tratan de comercializar de acuerdo a la de-

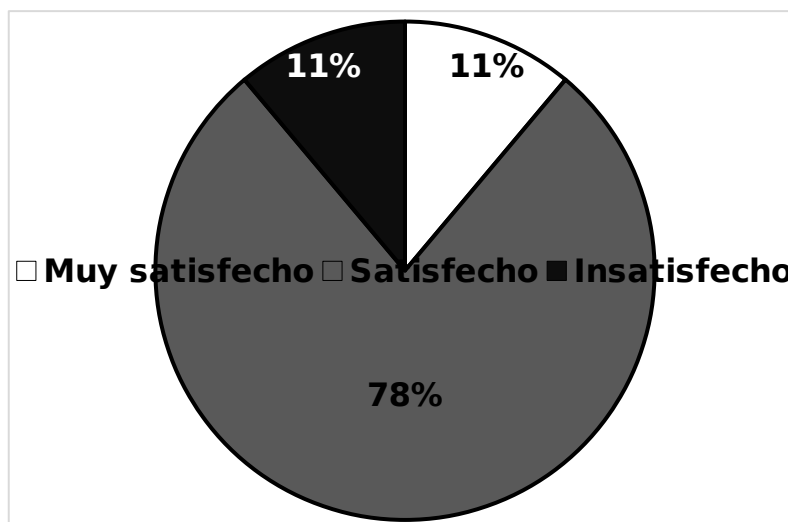
manda de las personas, entre ellos también comercializan animales (como cerdos, gallinas, patos y otros) y sus derivados (queso, grasa de chanco, leche, miel, etc.).

Cuando se preguntó sobre las transformaciones ocurridas en la feria a lo largo de los años, dicen que no hay muchos cambios. El único cambio registrado por los encuestados es la infraestructura sobre todo por el local propio, que tuvo su relevancia ya que les facilita bastante a la hora de guardar sus cosas y dejar de forma segura en cada pieza.

Además de que 4 personas manifestaron que la demanda de los productos ha bajado (5 respondieron que se mantuvo igual a lo largo de los años). La mayoría de los productores están satisfecho con el precio de los productos (Figura 11). El 56% dijo que es posible solventar los gastos básicos de la casa con la venta de los productos, lo que significa que para estos 5 productores la feria es uno de los pilares económicos de las familias.

Cuando fue preguntado sobre los principales beneficios de ser miembro de la feria, hubo tres respuestas similares entre todos: la venta es segura y rápida, mejora la renta familiar y se ayudan entre ellos para la venta de sus productos. Entre las dificultades encontradas, la respuesta más citada es el traslado de los productos, que se debe a la falta de movilidad propia y el tiempo que les lleva llegar hasta la ciudad, pues la mayoría provienen de las compañías aledañas y hay veces que los caminos estas intransitables. Otra dificultad es la falta de apoyo por parte de las autoridades correspondientes, incluso en el tema del transporte.

FIGURA 11: Nivel de satisfacción del precio de los productos comercializados en la feria



Fuente: Investigación de Campo (2016).

Observamos también que la confianza y la comunicación son relevantes dentro de esta organización de mercado, porque los consumidores logran una relación directa con el productor, la mayoría de estas productoras ya tienen clientes fijos y con el transcurrir de los años ya son prácticamente amigas o amigos. Así, como comentaran Goverde-Lips, Bruil y Renting (2015), la feria es más que un espacio de comercialización, también es un espacio de encuentros, y esto influye de manera positiva en el ambiente laboral, generando una especie de ayuda mutua entre los productores y unión con los consumidores.

En suma, lo que se observa es la importancia de la feria para estos agricultores. La venta de todos los productos es muy buena (siempre comercializan todo lo que llevan), generando así un ingreso seguro para las familias, un trabajo a partir del esfuerzo de la mano de obra familiar - siendo el mismo productor jefe de su cosecha, dándoles así la oportunidad de producir sus tierras y generar ganancias para sus gastos diarios. Este emprendimiento genera un liderazgo para los productores, pudiendo abrir un abanico de oportunidades, ya sea para los propios productores y también para los consumidores. De esa manera puedan sentirse más identificados con la tierra y con una buena organización pueden lograr obtener beneficios como agricultores familiares.

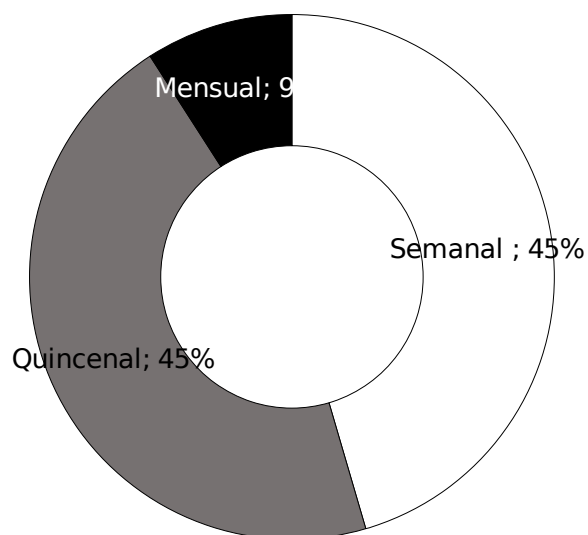
La problemática de hoy en día es también la salida de miembros de la feria esto a causa de los caminos intransitables en los días de lluvia y la falta de una buena organiza-

ción entre los productores que les incentive a seguir viniendo desde sus localidades hasta el punto de venta, como por ejemplo bonificaciones, certificados, asistencia técnica, charlas, ferias de intercambio de semillas entre otros, la falta de proyectos enfocados para la feria también es una de las manifestaciones de los productores, entonces, podemos notar las diferentes inquietudes y la posibilidad de poder hacer un proyecto dirigido a la feria con la ayuda de la municipalidad, de las cooperativas y de la Dirección de Expansión Rural y Ganadería ubicada en Yuty .

5.3 Los consumidores de la feria

La encuesta fue realizada aleatoriamente en la ciudad de Yuty a once (11) personas, que en gran parte pertenece al sexo femenino (solo un hombre). De las once personas, la media de edad es 53 años, la mayoría cuenta con una escolaridad básica incompleta y más de la mitad de los encuestados son ama de casa (6) y el resto tienen otras funciones, como comerciante, limpiadora, albañil y costurera. Todas las personas encuestadas conocen la feria y compran de la misma. En la figura 12 podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas compran los productos de forma semanal y quincenal en la feria.

FIGURA 12: Frecuencia con que los consumidores compran en la feria

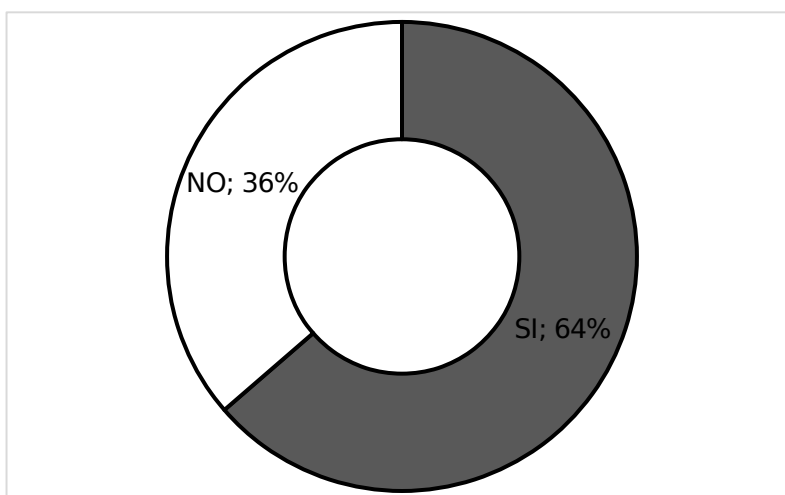


Fuente: Investigación del Campo (2016).

Los cambios identificados por los consumidores en general fueron el local donde hoy en día se encuentran la feria y la cantidad de productores miembros, que van disminuyendo con respecto a años anteriores. Según los encuestados, esto ocurre a consecuencia de la falta de asistencia técnica para la manutención de los cultivos, de apoyo para el traslado de los productos y de asistencia crediticia, ya que para mantener un cultivo muchas veces es necesario comprar algunas herramientas manueles, semillas y otros insumos agrícolas.

Cuando preguntamos sobre la motivación para comprar en feria, la mayoría de las personas acuden por los accesibles precios de los productos y por la obtención de productos de calidad (frescos y saludables). Sin embargo, en la Figura 13 podemos observar que la confianza está muy bien posicionada. De acuerdo con las encuestas, la mayoría obtiene productos siempre del mismo productor, que se debe a las relaciones frecuentes, la calidez de la gente, por ser pariente, por conocer sus productos, por tener descuento, etc. Sin lugar a dudas, la confianza es un punto a ser considerado ya que estamos hablando de un pequeño pueblo donde la mayoría de las personas se conocen.

FIGURA 13: Siempre compra del mismo productor?



Fuente: Investigación del Campo (2016).

Los consumidores han propuesto diferentes actividades que pueden mejorar la organización de la feria, como que se realice los fines de semana o más a menudo, que se incorpore más personas dentro de la feria y consecuentemente obtener más productos y un apoyo más sólido por parte de las autoridades locales para mejoras de los caminos vecinales u otros factores consideradas necesarias para el buen funcionamiento de la feria. Uno de los encuestados comentó también que se haga propaganda en la radio para que las personas se enteren de las actividades hechas en la feria, como informar los días que vienen, que traen y más aún en los días festivos.

A partir de las encuestas con los consumidores, se pudo percibir que la feria es más que un lugar de una simple compra y venta de productos. Esto porque, los feriantes se organizan de forma diferente y venden sus productos de manera distinta, donde los consumidores pueden conversar y ejercer una relación más que simplemente comercial con productores rurales. Además de esto, en las encuestas los consumidores destacaron como principales beneficios adquirir siempre productos frescos y a buen precio. Otro de los puntos que se rescato es que los productos adquiridos en el local no siempre son encontrados en los mercados convencionales, por ejemplo, el huevo casero, la harina de maíz o almidón casero, porque son productos solo adquiridos con los agricultores mismos.

Pero, algo que llamo la atención en la encuesta con los consumidores es que ellos no tienen noción del papel de los pequeños productores en la producción de alimentos, así como no reconocen la importancia de la feria dentro de la ciudad para fomento de la economía local. Tampoco ven la relevancia de los valores culturales y de las costumbres de los agricultores para la seguridad alimentaria. También se percibió que cuando los consumidores hablaban de la calidad, se referían a productos frescos y con buena apariencia, y no se vinculaba con la idea de productos sanos, orgánicos, etc. – como muchas veces presenta la bibliografía, como es visto en el Capítulo 2. A partir de las encuestas con los 11 consumidores, se percibe que los principales elementos que tienen estimulado a la compra de los productos en la feria se vinculan con productos frescos, exclusivos (que no hay en otros establecimientos comerciales urbanos) y con buen precio, además de la buena relación con el feriante.

6 CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo de este de trabajo de conclusión de curso se ha realizado un análisis sobre la importancia de la agricultura familiar y las cadenas cortas de comercialización de productos agrícolas en la ciudad de Yuty, Departamento de Caazapá. Para poder adentrarnos mejor en la problemática, hicimos un análisis sobre la realidad de la feria de Yuty, con el objetivo de ver la relevancia de la feria para los productores y para los consumidores.

Esta forma de comercialización es bastante discutida en muchos países, no solo en Paraguay o en América Latina, sino también en otros continentes. Considerando que en el caso de Paraguay la expansión de la soja transgénica ha puesto en peligro la producción diversificada de alimentos para el consumo local, es fundamental pensar en formas de acceso a mercados que las puedan mantener. Además, es central pensar en iniciativas que valoricen la forma de vida de las comunidades de pequeños productores, para que no sean extintas.

La Feria Municipal Yuty se considera una alternativa para el crecimiento de la economía de los agricultores y de la localidad en sí. La economía de estos productores mejora con la comercialización de sus productos en la feria y venden sus productos a precios adecuados, haciendo que la circulación del dinero sea dentro de la región. La utilización de mano de obra familiar es también positiva, ya que al asegurar la venta de los productos puede que los miembros de la familia no sientan la necesidad de migrar hacia la ciudad, considerando que pueden tener su propia chacra con su trabajo.

Así como apareció en el texto de Goverde-Lips, Bruil y Renting (2015), en Yuty se evidenció la importancia de las cadenas cortas de circulación de productos agroalimentarios. Además de garantizar la calidad de los mismos consiguiendo productos frescos a los consumidores y con un precio más justo, es una opción alternativa a las grandes cadenas de supermercados. Esto auxilia que los espacios rurales sean recuperados y vuelvan a producir alimentos para el consumo local.

Así como apuntaron Riquelme (2016) y Salcedo y Guzmán (2015), se puede evidenciar con la investigación que la feria genera diferentes beneficios, uno de ellos es que tienen aseguradas sus ventas dentro de la feria por lo que permite que las familias puedan obtener ingresos sustancialmente mejores. Otro impacto muy importante entre los beneficios encon-

trados es promover el interés de producir la tierra quedándose en el lugar de origen, movilizándolo recursos dentro de la localidad y fortaleciendo a los pequeños productores. Es decir que la producción de alimentos y la venta segura de ellos podrían aumentar la cantidad de familias campesinas que se dedican a producir la tierra.

A pesar de esto, tienen algunas dificultades como el traslado de los productos, no tienen apoyo técnico y tampoco son beneficiados con políticas vinculadas a la agricultura familiar. Esto les genera algunos inconvenientes, ya que la feria no se realiza en los días de lluvia, por lo que si no comercializan en la semana les genera momentos de preocupación y llevándolos hacia un futuro impredecible.

Las familias encuestadas miembros de la feria, son mayormente mujeres y han sabido desenvolverse a pesar de las dificultades encontradas a lo largo de los años, manteniéndose en la tierra y comercializando sus productos. También podemos observar que, para la mayor parte de los agricultores, la feria es el único recurso que tienen para su inserción en el mercado dentro del municipio. Lo que les diferencia de otros mercados es que son muy cordiales, uno tiene la oportunidad de conocer a quién está del otro lado del mostrador, son personas que te reciben y te hablan con mucha amabilidad, son personas que están dispuestas a compartir y a conversar.

Promover la feria de agricultores es uno de los grandes desafíos del profesional del curso de Desarrollo Rural y Seguridad Alimentaria (DRUSA), pues genera oportunidades de promocionar la diversidad de productos agrícolas, recuperar costumbres y tradiciones, estimula el intercambio con otras familias y el respeto a los ciclos de cultivos, apuntando hacia la biodiversidad dentro de las chacras. En este sentido, fortalece una forma de acceso al mercado que beneficia productores y consumidores, garantizando una opción de promoción para la seguridad alimentaria y nutricional de agricultores y de personas que viven en los pueblos y ciudades. Considerando los resultados del estudio, se puede pensar en la feria como alternativa para una parte de los agricultores familiares campesinos minimizar la pobreza y generar un desarrollo rural sustentable.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia de Información Paraguaya (IP). **EXITOSA Nueva Edición de la Feria “De la Colonia a tu Mesa” del Indert**, junio de 2016. Disponible en:

<<http://www.ip.gov.py/ip/?p=100899>>.

Bienvenido a Paraguay. **CAAZAPÁ**. Disponible en:

<<http://www.bienvenidoaparaguay.com/ciudades.php?xmlcity=106>>.

- Biodiversidad Caazapá. **YUTY de Caazapá**, Dic. 2010. Disponible en :
<<http://biodiversidadcaazapa.blogspot.com.br/2010/12/yuty-de-caazapa.html>>.
- BONNAL; MALUF. **Políticas de desenvolvimiento territorial e multifuncionalidade da agricultura familiar no Brasil**, abril de 2009.
- CEPAL. **Agricultura Familiar y Circuitos Cortos**: Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Sep.2013. Disponible en: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/1/S2014307_es.pdf>.
- CENTRO DE INFORMACION Y RECURSOS PARA EL DESARROLLO (CIRD). **PLAN Local de Salud de Caazapá**. 2013-2015. Disponible en:
<<http://www.cird.org.py/institucional/documentos/Plan%20Local%20de%20Salud%20Caazapa.pdf>>.
- COORDINADORA LATINOAMERICANA DE ORGANIZACIONES DEL CAMPO (CLOC). **PARAGUAY: Feria de intercambio de semillas nativas y Seminario internacional sobre semillas y soberanía**, mayo 2016. Disponible en:
<<http://www.cloc-viacampesina.net/index.php/es/component/content/article/2711-2016-05-22-17-11-21>>.
- DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, ASPTA. **La diversidad de los circuitos cortos de alimentos ecológicos: enseñamientos del caso brasileiro y francés**, Brasil, vol.10, n. 2, junio, 2013. Disponible en: <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf>>.
- DISTINTAS. **Velocidades de la Economía de Caazapá**. Marzo de 2015. Disponible en:
<<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/economico/distintas-velocidades-de-la-economia-de-caazapa-1348512.html>>.
- DGEEC. **NECESIDADES Básicas Insatisfechas**: Caazapá. Disponible en:
<<http://www.dgeec.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/Atlas%20NBI/6%20NBI%20Caazapa.pdf>>.
- ECONOMIA VIRTUAL. **PRODUCTOS de la Feria del INDERT se agotaron en Semana Santa**, marzo 2016. Disponible en: <<http://economyvirtual.com.py/web/pagina-general.php?codigo=5756>>.
- GATTINI, Jorge. **Competitividad de la Agricultura Familiar en Paraguay**: Nuevos Aportes para las Políticas Públicas en Paraguay. Asunción, 5. Ed, 2011, p.29. Disponible en:
<http://www.worldagricultureswatch.org/sites/default/files/documents/Gattini_2011.pdf>.
- Gobernación de Caazapá (GOBCZ). **EL DEPARTAMENTO**. Disponible en:
<<http://www.gobcz.gov.py/portal/index.php/dpto-caazapa?showall=1&limitstart>>.

GOVERDE-LIPS; BRUIL; RENTING, **Productores y Consumidores construyendo nuevas prácticas alimentarias**, AGRICULTURES NETWORK, Brasil, vol.12, n.2, junio, 2015. Disponible en:

<<http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/brazil/rural-urban/novas-praticas-alimentares>>.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA (IICA). **AGRICULTURA Familiar Gana al Comercializar Productos en Ferias Cercanas**. Disponible en: <<http://www.iica.int/es/prensa/noticias/agricultura-familiar-gana-al-comercializar-productos-en-ferias-cercanas>>.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA (IICA). **SEMINARIO Internacional para el Desarrollo y Fortalecimiento de la Agricultura Familiar**: Memoria del Seminario Conferencias y Documentación Técnica de Apoyo. Asunción, 29 y 30 de marzo del 2004. Disponible en: <<http://repiica.iica.int/docs/B0324e/B0324e.pdf>>.

LA REVISTA DE LA RED EUROPEA DE DESARROLLO RURAL. **LOS ALIMENTOS Locales y las Cadenas de Suministro Cortas**. 2012, p. 5. Disponible en: <<http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/fms/pdf/3E989F15-DBB7-D377-4D95-796A97416053.pdf>>.

LEISA. **AGRICULTURA Familiar Campesina: redescubriendo la agricultura del futuro**, vol.29, n. 4, diciembre. 2013. Disponible en: <<http://www.leisa-al.org/web/index.php/volumen-29-numero-4>>.

LÓPEZ, Daniel. REBELION. **Canales Cortos de Comercialización como elemento dinamizador de las agriculturas ecológicas urbana y periurbana**, In: I CONGRESO ESTATAL DE LA AGRICULTURA ECOLOGICA URBANA Y PERIURBANA, 6 y 7 de mayo de 2011. Disponible en: <<http://www.rebelion.org/docs/128439.pdf>>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA (MAG). **AGRICULTORES ofertan sus productos sin intermediarios en el Abasto**. Paraguay, octubre, 2015. Disponible en: <http://www.mag.gov.py/index-noti.php?pag=not_ver.php&tit=Boletin%20informativo...&idx=9382578>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA (MAG). **CENSO Agropecuario Nacional 2008**, Paraguay, v. 3. Disponible en: <<http://www.mag.gov.py/Censo/Book%20Vol3.pdf>>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA (MAG). **ZONIFICACIÓN Agroecológica de Rubros Agropecuarios del Paraguay Zafra 2013/2014**. Asunción-Paraguay, marzo, 2015, p. 12- 13 – 15 – 16. Disponible en: <http://www.mag.gov.py/dgp/2015/Zonificacion%20Agroecologica%202015_Ver_18_03_2015.pdf>.

NIEDERLE. **DELIMITANDO AS FRONTEIRAS ENTRE MERCADOS CONVENCIONAIS E ALTERNATIVOS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR**. n° 18, 10 Julio de 2009.

NOVA PARAGUAY. **INDERT Organiza Feria de la “Colonia a tu Mesa”**. Disponible en: <http://www.novaparaguay.com/nota.asp?n=2016_6_11&id=23159&id_tiponota=11>.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y AGRICULTURA (FAO) **¿Qué es la agricultura familiar?**, Disponible en: <<http://www.fao.org/family-farming-2014/home/what-is-family-farming/es/>>.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y AGRICULTURA (FAO). **Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política.**, Santiago, Chile, 2014. Disponible en: <<http://www.fao.org/docrep/019/i3788s/i3788s.pdf>>.

PERRY Santiago, **TERRITORIOS CENTROAMERICANOS. Agricultura Familiar y Seguridad Alimentaria en los países Andinos**. TERRITORIOS CENTRO AMERICANOS. 2012. Disponible en: <<http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/Agricultura%20familiar%20y%20seguridad%20alimentaria%20pai%CC%81ses>>.

PLOEG, J. D. V. D **Dez Qualidades da Agricultura Familiar. Agriculturas**, n.1, febrero, 2014. Disponible en: <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2014/02/Agriculturas_Caderno_Debate-N01_Baixa.pdf>.

PORTAL GUARANI. **DEPARTAMENTO de Caazapá (VI): Ubicación, Geografía, Accesibilidad, Atractivos Turísticos**. Disponible en: <http://www.portalguarani.com/detalles_museos_otras_obras.php?id=27&id_obras=996&id_otras=119>.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD). **SECTOR Rural Paraguayo: una visión general para un dialogo informado**. Paraguay, diciembre, 2010, p. 13. Disponible en: <<http://www.py.undp.org/content/paraguay/es/home/library/poverty/sector-rural-paraguay--una-vision-general-para-un-dialogo-infor.html>>.

REVISTA MUNICIPAL. **MUNICIPALIDAD de Yuty**. Yuty, 2011-2012.

RIQUELME, Quintín. (CADEP). **Agricultura Familiar Campesina en el Paraguay: Notas preliminares para su caracterización y propuestas de desarrollo rural**. Asunción, 2016.

SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO (SENATUR). **PARAGUAY Datos Generales**, Disponible en: <http://www.senatur.gov.py/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=75>.

SCHNEIDER, S. **CIÊNCIAS SOCIAIS, RURALIDADE E TERRITÓRIOS: em busca de novas referências para pensar o desenvolvimento.** v.4, n. 7, fev. 2009.

TESSADA, Mirtia. **San Francisco de Yuty: Origen y Desarrollo.** Asunción, v. 62, 2002.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

¿Recibe algún beneficio económico para sus cultivos?

Si (...) No (...) Si la respuesta es afirmativo: ¿Qué tipo de ayuda recibe?

¿Quiénes trabajan en la producción? _____**¿Con la venta de sus productos es posible solventar los gastos de la casa?**

(...) Si (...) No Porque _____

¿Está satisfecho con el precio de los productos?

(...) Muy satisfecho (...) Satisfecho (...) Insatisfecho

Sobre la feria**¿Cómo empezó la feria? ¿Y en qué año?**

¿Desde qué año tú participas de la feria? _____**¿Quiénes participan de la feria?**

(...) Solo mujeres (...) Mujeres y Hombres (...) Toda la familia

¿Cuántas familias conforman la feria? _____ familias**¿Cómo traslada sus productos?**

(...) En motocarro

(...) En ómnibus

(...) En moto

(...) En camioneta

(...) A caballo

(...) En carreta

¿Qué productos venden?

(...) Solo frutas (...) Solo Hortalizas (...) Hortalizas y frutas

(...) Hortalizas y frutas y productos derivados de origen animal

(...) Solo productos derivados de origen animal (...) Otros _____

¿Desde tu opinión, que transformaciones ocurrieron en la feria a lo largo de los años y porque? _____

La demanda, en los últimos años: () creció () disminuyó () se mantuvo igual

¿Principales beneficios de ser miembro de la feria? Citar tres.

¿Cuáles son las dificultades de ser miembro de la feria? Citar tres.

¿Cuál es el producto que tiene mayor salida en la feria?

(...) hortalizas y las frutas (...) hortalizas (...) frutas
(...) Derivados de origen animal (...) Todas

¿Porque las personas compran de ti y no de otra persona en la feria?

Experiencia como miembro de la feria

8.2 ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES

Encuesta para ciudadanos del municipio de Yuty

Estudiante de la Universidad Federal de Integración Latino- Americana (UNILA) Foz de Iguazú – PR - Brasil, mi nombre es Francisca Danaides Carreras Ríos. Esta investigación hace parte del Trabajo de conclusión de curso (TCC), con el objetivo de adquirir información para la obtención del título de Licenciatura en Desarrollo Rural y Seguridad Alimentaria. Solicito el favor de rellenar con la información que se necesita a continuación.

La información entregada por usted es confidencial. La aplicación de esta encuesta cuenta con el apoyo de mi tutor de TCC el Dr. Valdemar Joao Wesz Junior, profesor de la UNILA valdemar.junior@unila.edu.br, Av. Tancredo Neves 6731 – Parque Tecnológico Itaipu.

Nombre: _____ **Edad:** _____ **Genero:** () Masculino () Femenino

Escolaridad: _____ **Profesión:** _____

Estado civil: _____ **Número total de personas que viven en la casa:** _____

¿Conoce la feria de productores agrícola? (...) Si (...) No

¿Alguna vez ya has comprado algún producto de la feria? (...) Si (...) No

¿Con que frecuencia compra en la feria? _____

¿Cómo es la feria?

¿Cuáles son los cambios que usted identifica a lo largo de estos años?

Cuál es la razón por la cual acudís a comprar de la feria

(...) Por los precios accesibles (...) Por la adquisición directa del productor

(...) Por apoyar a los productores locales (...) Por comodidad (cerca de mi casa, etc.)

(...) Por la obtención de productos frescos y saludables (...) Por conocer el productor

(...) Otro Cual _____

¿Siempre compra del mismo productor? (...) Si (...) No Porque

¿Qué propone para mejorar la actividad dentro de la feria?

¿Si la feria funcionara todos los días, compraría de forma continua sus productos?

(...) Si

(...) No

(...) Algunas veces