



YVY HA TYMBA  
NANGAREKO  
MOTENONDEHA  
MINISTERIO DE  
AGRICULTURA  
Y GANADERÍA



3 de abril, 2023



# Boletín del Proyecto de Fortalecimiento de la Cadena de Valor Agropecuaria enero – marzo de 2023

# Resumen de las actividades

- El 28 de febrero se celebró la segunda reunión del Comité de Coordinación Conjunta (CCC) en la cual se presentaron los avances del Proyecto y se han confirmado que el proyecto avanza en buena dirección.
- Se han desarrollado varias actividades y capacitaciones exitosamente en los 3 rubros priorizados.
- Presentamos el proyecto en el programa PRO AGRO, difundido por Canal PRO.

## ● Reunión de CCC



## ● Entrevista de PRO Agro



# Actividades en GT Tomate

- Se realizó el curso de SHEP para aprox. 42 técnicos de FECOPROD y MAG impartido por el Representante Residente de JICA Bolivia.
- Se socializó el enfoque SHEP con los productores de tomate en San Ramón de Yhu en donde más de 50 productores manifestaron su interés de participar en las actividades SHEP.
- Los productores de la Asociación San Ramón de Yhu realizaron el “Estudio de Mercado” como primera actividad de SHEP.

## ● Curso de SHEP para los técnicos de FECOPROD y MAG



## ● Socialización de SHEP con los productores



## ● Estudio de Mercado realizado por los productores





# ¿Qué es SHEP?

## Punto clave: Estudio de mercado

- Los extensionistas y los propios agricultores acuden a los mercados cercanos para efectuar una serie de preguntas sobre la demanda de los consumidores, fluctuación del precio, etc.
- Las encuestas son una oportunidad para obtener información de primera mano, así como para conocer a los agentes del mercado.
- Los estudios proporcionan a los agricultores una clara comprensión de las necesidades del mercado y la información que necesitan para seleccionar los mejores cultivos en el transcurso del año.
- Al realizar las encuestas en las fases iniciales del proyecto los agricultores obtienen una idea real del precio y el requerimiento de los consumidores en principales rubros hortícolas. Esta actividad les da la oportunidad para abrir los ojos a las diferentes opciones para producir cultivos rentables.



Más información 

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/shep/sp\\_shep.html](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/sp_shep.html)

Fuente: Manual de SHEP para extensionista / JICA

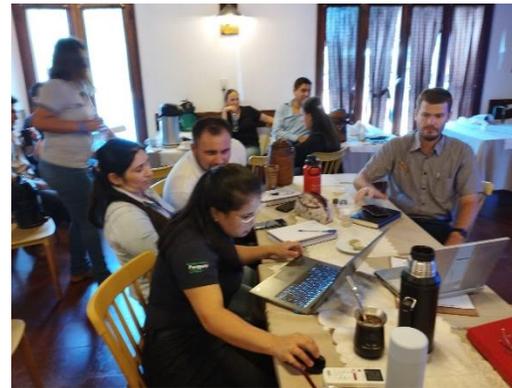
# Actividades en GT Yerba mate

- Se realizaron 2 seminarios; 1) Desarrollo de nuevos productos a través de la Innovación Abierta -Caso Foro ChaOI en Japón-, 2) Estudio del mercado nacional e internacional de yerba mate (1ra ronda), con el énfasis del mercado en Este de Asia .
- Se han desarrollado talleres para la elaboración de TdR del Estudio de mercado 2da ronda.
- Se han desarrollado el programa de capacitación para las 4 organizaciones de productores y se han implementado las capacitaciones en el tema de BPA y BPM.
- Se celebraron varias reuniones de GT

## ● Seminario virtual



## ● Taller para la elaboración de TdR del Estudio de mercado



## ● Capacitación de BPA y BPM



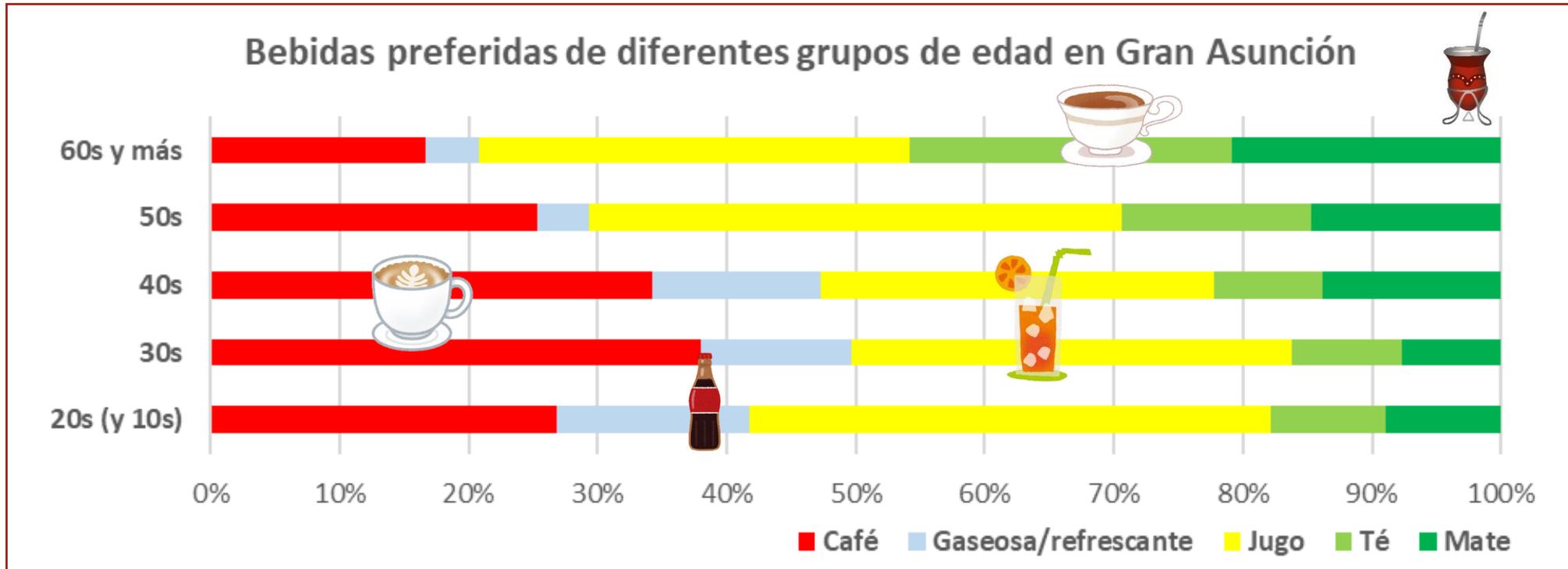


# Uno de los contenidos del seminario Yerba Mate

## Estudio de consumidores en Gran Asunción (1) Bebidas que les gustan por edad

En el marco del Proyecto AVANCE se aplicó digitalmente la encuesta a 312 consumidores quienes viven en la zona metropolitana de Gran Asunción en 2021.

Los consumidores de entre 50 y 60 años tienen una preferencia relativamente fuerte para la yerba mate y té, mientras que alta proporción de consumidores de entre 30 y 40 años dicen que les gusta más el café. Los jóvenes con edad de 20s tiene la preferencia alta hacia las gaseosa y refrescante.



Interrogante:

¿En el futuro, la demanda nacional de la yerba mate se reducirá?

¿No es necesario hacer esfuerzos para mantener bien la cultura de consumos de la yerba, como hacen los argentinos?

# Actividades en GT Porcino

- Se socializó el proyecto piloto porcino con SENACSA y se confirmó el estado actual en la introducción de compartimentación en Paraguay.
- Se han desarrollado TdR para la elaboración de manual de compartimentación en nivel de granja.
- Se han discutido la priorización de “Plan de Comunicación” para su implementación.
- Se celebraron varias reuniones de GT

## ● Priorización de “Plan de Comunicación”

The screenshot shows a PowerPoint slide with the following content:

### Priorización del “Plan de Comunicación” para su implementación

Acciones previstas al elaborar el Plan de Acción	Contenidos propuestos de “Plan de Comunicación”	Lecciones aprendidas de Pork Colombia
<input checked="" type="checkbox"/> Desarrollo de recetas de cocina	<input checked="" type="checkbox"/> Audio visual	<input checked="" type="checkbox"/> Campaña publicidad
<input checked="" type="checkbox"/> Preparación de informaciones sobre la bondad porcina	<input checked="" type="checkbox"/> Serie en formato capsula	<input checked="" type="checkbox"/> Digital marketing
<input checked="" type="checkbox"/> Elaboración y distribución de folletos con recetas y las bondades	<input checked="" type="checkbox"/> Key visual	<input checked="" type="checkbox"/> Activaciones de consumo (Cocina, Festival)
<input checked="" type="checkbox"/> Desarrollo de redes de restaurantes y chefs	<input checked="" type="checkbox"/> Radio	
<input checked="" type="checkbox"/> Desarrollo de redes de tiendas de supermercados y puntos de venta	<input checked="" type="checkbox"/> Acción en punto de venta	
<input checked="" type="checkbox"/> Implementar campañas de venta	<input checked="" type="checkbox"/> Via pública	
	<input checked="" type="checkbox"/> Plataformas digitales	
	<input checked="" type="checkbox"/> Acción BTL	

Arrows in the image indicate relationships: a blue arrow points from 'Elaboración y distribución de folletos...' to 'Key visual'; a green arrow points from 'Implementar campañas de venta' to 'Acción en punto de venta'; another green arrow points from 'Implementar campañas de venta' to 'Acción BTL'; and a final green arrow points from 'Acción BTL' to 'Activaciones de consumo (Cocina, Festival)'.



# La voz de los coordinadores del proyecto

**Ing. Eduardo Dietze**

**Coordinador del Proyecto Porcino**

Gte de Producción

Cooperativa Colonias Unidas



“

La posibilidad de ejecución del Proyecto de Cadena de Valor de la Carne Porcina genera muchas expectativas; el foco puesto en objetivos relacionados a la producción primaria y en la comunicación de los beneficios de la carne porcina a la sociedad en general y a los consumidores sienta los fundamentos para consolidar el trabajo que se inicia con las semillas sembradas en el EDEP (Estudio sobre el Desarrollo Económico de Paraguay, 2.000) y la presentación del concepto novedoso de la formación de los Clúster en Paraguay.

Los beneficios esperados tienden a generar grandes impactos y se relacionan con la sostenibilidad de estas cadenas que aún se pueden considerar como incipientes; el potencial de agregar valor y distribuir beneficios en las comunidades es difícil visualizar aun, pero la estrategia de mejorar la comunicación y el ritmo de inversiones y crecimiento de esta cadena están generando cambios con alto impacto no solo a nivel del territorio sino en la matriz de generación de ingresos de la economía nacional. SUMAR a través de esta iniciativa es fundamental para dar pasos sólidos en la consolidación de esta cadena y este proyecto viene sin dudas muy alineado con el momento que el sector está experimentando; de esto se trata, de SUMAR”.

## A continuación...



- GT Tomate continuará desarrollando los pasos de Enfoque SHEP con los productores en Caaguazú.
- Se contratará la consultoría local para estudio de mercado de la Yerba Mate.
- GT Yerba Mate continuará desarrollando las capacitaciones para las 4 asociaciones de productores.
- Se contratará la consultoría local para elaboración de manual de compartimentación.

