

# FERIAS AGROECOLÓGICAS

UNA ALTERNATIVA PARA LA  
AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA





Paris 1031 c/ Colón  
Asunción, Paraguay  
(595-21) 425-850  
info@decidamos.org.py  
www.decidamos.org.py

 Decidamos Paraguay  
 @decidamospy



[www.soberaniaalimentaria.org.py](http://www.soberaniaalimentaria.org.py)

 JakaruPoraHagua  
 @JakaruPoraHagua

Implementado por



Setiembre, 2017

# FERIAS AGROECOLÓGICAS

UNA ALTERNATIVA PARA LA  
AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA



# ÍNDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>1. Ferias agroecológicas. La experiencia de Jakarú Porã Haguã.....</b>	<b>8</b>
1.1. Producción .....	9
1.2. Comercialización .....	11
1.3. Participación en la feria.....	12
1.4. Relación con consumidores.....	14
1.5. Presentación de productos .....	15
<b>2. Situación de las organizaciones participantes en la Feria Jakarú Porã Haguã.....</b>	<b>18</b>
2.1. Relacionamiento de organizaciones que ferian con sus gobiernos locales .....	19
<b>3. Articulación campo-ciudad .....</b>	<b>22</b>
3.1. Revalorización de la cocina paraguaya.....	23
3.2. Trabajo técnico productivo .....	26
<b>4. Aprendizajes.....</b>	<b>28</b>
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>30</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>34</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>39</b>

# INTRODUCCIÓN

Las ferias agroecológicas, además de ser espacios de comercialización donde consumidores y consumidoras adquieren productos directamente de los agricultores familiares, visibilizan el aporte de la agricultura familiar campesinas –AFC– a la producción de alimentos de la población.

La comercialización directa de los alimentos, obviando a los intermediarios, ofrece importantes ventajas: canal de comunicación entre productores y consumidores; promoción de las cadenas cortas de suministro con precios más accesibles; acceso a los alimentos de temporada y conocimiento de las personas que producen nuestros alimentos.

La experiencia desarrollada por Jakaru Porã Haguã que ha tenido el objetivo de vincular campo y ciudad, estrechar los lazos entre productoras y productores campesinos y consumidores o coproductores, promoviendo espacios de encuentros motivadores alrededor de la comida, como cocina en vivo (uniendo a chefs urbanos con cocineras campesinas), talleres educativos, conversatorios y otros, ha sido muy importante para poner en valor la producción campesina, reafirmar la importancia de mantener las tradiciones culinarias locales, defender un sistema productivo limpio, bueno y justo, y establecer una conexión directa entre quienes producen y quienes se encargan de comprar alimentos para la familia (Martínez, 2017).

Jakaru Porã Haguã es una iniciativa propiciada por las organizaciones Oxfam en Paraguay, Decidamos. Campaña por la expresión ciudadana, el Centro de Documen-

tación y Estudios (CDE) y el Servicio Ecuménico de Promoción Alternativa (SEPA), que desde 2012 busca generar condiciones mínimas para que, por un lado, la agricultura familiar se fortalezca y produzca alimentos agroecológicos para el consumo familiar y por otro, genere los ingresos familiares para garantizar una vida digna a todos los integrantes de la familia.

El trabajo articulado en Jakaru Porã Haguã permite aunar esfuerzos para favorecer acuerdos entre diversos sectores: pequeños y medianos productores/as, organizaciones campesinas, organizaciones de la sociedad civil, comunicadores/as de medios locales y nacionales, para instalar en la opinión pública que “el derecho a la alimentación” es un derecho de toda la población paraguaya. Así mismo, reivindicar el valioso aporte de las mujeres productoras y las familias campesinas en la producción de alimentos.

En este proceso se fueron sumando organizaciones como el Programa Mercosur Social y Solidario (PMSS), que desde su eje Soberanía Alimentaria, promueve el apoyo a la Agricultura Familiar Campesina y la producción agroecológica en la región Mercosur; Slow Food Central Paraguay (Karu Mbegue), movimiento ecogastronómico que promueve el consumo de alimentos buenos, limpios y justos, y la Escuela Gastronómica O’Hara, que reivindica la Agricultura Familiar Campesina como productora de los ingredientes fundamentales para la cocina paraguaya.

En la actualidad, a nivel nacional, el porcentaje de participación de la AFC en la producción total se reduce cada vez más frente a la agricultura empresarial; 7% y 93%, respectivamente (Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), zafra agrícola 2015, [www.mag.gov.py](http://www.mag.gov.py)). Ante esta realidad, las ferias se están constituyendo en una alter-

nativa importante frente a las dificultades de comercialización de la producción de la AFC. En las organizaciones participantes crecen las expectativas y las motivaciones para seguir produciendo y participando de las mismas.

Esta iniciativa, limitada en sus inicios, ahora está siendo replicada en varias localidades del interior del país y en la capital, impulsadas también por instituciones y programas estatales y las municipalidades, dando apoyo logístico e infraestructura para la realización de las mismas. En las localidades de Caaguazú, Vaquería (Caaguazú), Yby Yau (Concepción) se formaron asociaciones de feriantes integradas en su mayoría por mujeres, para promover y mejorar la producción y participar de las ferias, las cuales se constituyen actualmente en una de las más importantes fuentes de ingreso para cubrir parte de las necesidades productivas y de la canasta básica de consumo en los hogares rurales.

Este material busca recoger, por un lado las percepciones de productores y productoras sobre los aprendizajes, logros, dificultades y los efectos que producen en sus organizaciones la participación en las ferias Jakarú Porã Haguã, y su coincidencia con ferias locales, tomando como período el conjunto de acciones desarrolladas durante el año 2016. Por otro lado, busca la mirada de las organizaciones urbanas aliadas que participan en las ferias y apoyan otras iniciativas de comercialización. Las informaciones fueron recabadas por medio de entrevistas semiestructuradas a feriantes de los departamentos de Concepción, San Pedro, Caaguazú, Paraguarí y a organizaciones urbanas participantes de este proceso. Fueron realizadas cinco entrevistas a productores y productoras y dos a integrantes de organizaciones urbanas.

# 1/

## Ferias agroecológicas. La experiencia de Jakarú Porã Haguã



*La realización de una feria Jakaru Porã Haguã involucra a un número importante de actores rurales y urbanos, y una logística que incluye la recolección y preparación de la producción en el campo; el traslado al lugar de la feria; el empaquetado y presentación de los productos para la venta; la preparación del lugar; así como una amplia difusión de la actividad e invitación a adquirir los productos que vienen directamente de la chacra y que son ofrecidos por productores y productoras de distintos puntos del país.*

## **1.1 Producción**

La feria Jakaru Porã Haguã refleja la diversidad productiva de la AFC con rubros agrícolas, hortícolas, apícolas, derivados y animales menores. Además, trabaja en la revalorización de las variedades de semillas nativas, en la recuperación de las sabidurías ancestrales en técnicas de producción naturales y en la promoción de alimentos tradicionales.

### **Rubros agrícolas**

Los rubros más tradicionales que no faltan en cada feria son: maíz, mandioca, choclo, maní, poroto, calabaza, legumbres en sus variedades como feichao, habilla, poroto manteca, poroto peky.

### **Rubros frutihortícolas**

La producción hortícola incluye: lechuga, tomate, cebollita de hojas, repollo, cebolla de cabeza, entre otras. En cuanto a la producción frutal, se cuenta con naranja, pomelo, mandarina, limón, lima de Persia, mamón, aguacate, banana, principalmente.

## Derivados

Los productos derivados como dulces y mermeladas también forman parte de la feria. Algunos de los dulces traídos a la feria son de mamón, frutilla, guayaba, uva, banana, de leche en barra. Algunos postres tradicionales, como la mazamorra, forman parte de la variedad ofrecida en los distintos puestos de ventas. También se comercializa sopa paraguaya y chipa. El queso y la harina de maíz se constituyen en los productos más solicitados por los consumidores. Esta demanda se acentúa si la feria se realiza en épocas cercanas a festividades como Semana Santa o las de fin de año. En ocasiones se realizan pedidos anticipados y son los primeros productos en agotarse.

## Animales menores

La mayoría de los/as productores/as se dedican a la cría de animales menores como gallinas, patos, chanchos, ovejas. Esta actividad posibilita la obtención de sus derivados como huevos, grasa de chancho, entre otros.

## Apicultura

La miel de abeja es otro producto que atrae a los compradores de la feria. Tanto la miel como el queso Paraguayo son productos con alta demanda, sin embargo su adulteración en el mercado genera cierta desconfianza en algunos consumidores. Es por ello que, generalmente, como estrategia de venta algunos feriantes realizan degustaciones para que los consumidores puedan apreciar la calidad del producto ofrecido.

## 1.2. Comercialización

Las ferias son espacios de ventas directas a consumidores. Algunas organizaciones también realizan o participan en ferias locales.

*A nivel local cada ocho días, los sábados vendemos en la feria. Allí nos juntamos los distintos comités del pueblo y de las compañías. (E-4, 06/04/2017).*

*Nosotras vendemos en las ferias de Yby Ya´u (dos veces a la semana) y en Arroyito (dos veces a la semana). (E-5, 06/04/2017).*

*De acuerdo a la cantidad de producción los productores se organizan internamente para vender en la feria de Caaguazú cada ocho días. (E-3, 06/04/2017).*

En otros lugares no se establecen las ferias locales y la comercialización se realiza en las casas de productores y productoras.

*A nivel local tenemos pocas oportunidades... Se venden en las casas, van los intermediarios o consumidores directos pero van solo por un solo producto, si quiere gallina o quiere maíz va sólo por eso, no se vende en su conjunto la producción. (E-2, 28/03/2017).*

Si bien las ferias locales constituyen un espacio permanente de comercialización para algunas organizaciones, el volumen de venta no es igual al de la feria a nivel nacional. Esta percepción fue generalizada entre feriantes entrevistados.

*Los que participan en la feria venden 10 o 20 tipos de productos en una sola vez. Allí no se alcanza esto, se puede llegar a vender un producto por día si se ofrece. (E-2, 28/03/2017).*

*Existen diferencias en la participación en ferias locales y nacionales en cuanto al nivel de ventas. Acá (feria nacional) se vende mucho más. (E-5, 06/04/2017).*

Otras organizaciones ven las ferias locales como un espacio que debe ser conquistado como parte de una lucha política por valorizar la producción campesina.

*Es necesario que en cada distrito se genere la feria local para dar mayor protagonismo a nuestra producción de autoconsumo, esto es parte de una lucha política para contrarrestar a los agroexportadores con la producción de alimentos sanos. Es necesario concienciar a los pobladores de la zona, del distrito, del departamento en la producción de alimentos sanos (E-1, 28/93/2017).*

*Desde el punto de vista de la sostenibilidad en todos los sentidos y desde el punto de vista de una acción política local también es muy importante continuar en esta dinámica de fortalecer las ferias locales. Que sean ferias que realmente se mantengan y que sean sostenibles para los productores, que ellos realmente puedan ubicar a precios justos también donde se reconozca el valor de su trabajo pero también generar una masa crítica local, de gente concientizada, de gente que entienda (E-7, 19/05/17).*

### 1.3. Participación en la feria

Las ferias Jakaru Porã Haguã son un espacio de encuentro campo-ciudad, con una apuesta política para visibilizar la importancia de la AFC y la agroecología.

*Unir la producción y la cocina de los consumidores urbanos, la cocina de los restaurantes, la cocina de los cocineros que se están iniciando es un aspecto central. A partir de ahí, ese fue el lenguaje desde Jakaru Porã Haguã. No es una feria nada más, es un encuentro del campo y la ciudad, entre la gente de la ciudad que compra, porque en general no produce y la gente del campo que tiene que vivir dignamente de ese trabajo. Que los consumidores sepan cuál es la historia que está detrás del origen de ese alimento, cómo se cultivó, cómo se cuidó, qué se utilizó para cuidar todos esos aspectos que tienen que ver con la calidad de los alimentos que uno lleva a la casa (E-7, 19/05/17).*

Un puesto con variedad de productos garantiza una venta exitosa. Las organizaciones hacen un esfuerzo por presentar una diversidad de productos para la venta.

*La gente de la ciudad aprecia y valora la comida campesina pero también quiere variedad. El consumidor también está cada vez más exigente en la calidad de la presentación. A partir de estas experiencias hay una interacción entre lo que busca uno, lo que hace el otro e ir encontrando puntos de consenso y puntos de convergencia para mejorar, para hacer que la producción campesina sea sostenible (E-7, 19/05/17).*

Los y las feriantes nos cuentan su experiencia de participación y cómo ven este espacio, tanto a nivel personal como dentro de sus organizaciones.

*Yo veo que la feria es buena para que los productores estén en contacto directo con la gente que compra. La participación de las organizaciones es buena porque garantizamos la producción agroecológica (E-3, 06/04/2017).*

*Es bueno porque nos brinda beneficios en nuestra casa y en nuestra comunidad. Por ejemplo, los productos que no tengo en mi comité yo traigo de otros productores para vender en la feria (E-5, 06/04/2017).*

*Yo creo que la feria nacional le viene muy bien a nuestros productores porque nos incentiva para producir más y el sacrificio que hacemos al venir de lejos no lo sentimos porque venimos a vender nuestros productos y esa plata junta que llevamos a nuestras casas es de mucho provecho para nosotros. (E-4, 06/04/2017).*

Las organizaciones que participan de la feria están integradas por distintos comités de productores y productoras. Por lo general, debido a los costos, especialmente en los traslados, los comités entregan a sus representantes la producción para la venta.

*Nosotros traemos los productos de nuestros compañeros y luego les llevamos el valor de la venta de sus productos (E-4, 06/04/2017).*

*Nosotros estamos más de 14 comités activos. De ahí participan 2 o 3 organizaciones y de cada organización participan dos o tres familias, sacrificio de unas seis a ocho familias es lo que se trae cada vez que se viene. Hacemos una caja común donde se anota los productos que se vende y luego se calcula sobre los productos vendidos. Sólo vienen tres a cuatro personas encargadas de los productos, así nos manejamos nosotros, no es que cada uno va a venir a vender su propio producto, uno de los productores se encarga de la venta de los productos y luego se rinde cuenta a cada productor (E-2, 28/03/2017).*

## **1.4. Relación con consumidores**

Los y las feriantes, así como integrantes de las organizaciones aliadas, coincidieron en señalar como un aspecto positivo el relacionamiento que se establece con los consumidores a través de la feria. Indicaron que personas de diferentes características sociales de Asunción van y compran en la feria.

*Hay mayor valor de la producción por parte de los consumidores. La gente no pregunta por el precio sino pregunta cuándo vamos a volver y qué cantidad vamos a traer. La gente no tiene interés en el precio sino en la calidad de la producción (E-1, 28/03/2017).*

*Es buena la relación, los que compran son de diferentes clases sociales, los de nuestra clase, los de media y alta (E-3, 06/04/2017).*

*Eso es muy importante porque directamente se da la relación del productor con el consumidor. Los que vienen a comprar son personas de nuestra clase (E-5, 06/04/2017).*

*Nos ayuda a ver muchas cosas porque estamos en contacto con los consumidores La clientela es curiosa, quiere saber cada vez más sobre el producto que viene del campo. Quiere saber cómo se hace y se debe tener paciencia para dar la respuesta que necesita (E-4, 06C/04C/2017).*

*Este es el momento porque la gente está volviendo a sus raíces, volviendo a la tierra, está volviendo a lo sano, está volviendo a lo natural cada vez más. (...) Hoy hay más conciencia de los consumidores sobre lo agroecológico (E-6, 10/0572017).*

*Aquí se mezcla mucho, acá vienen los de clase media, los de alta sociedad, de todos vienen acá. Esas señoras que vinieron del campo a la ciudad, que se radicaron acá saben y valoran lo que nosotros producimos en el campo y vienen y compran y no protestan por el precio porque tenemos un precio accesible, teniendo en cuenta que venimos de lejos. Nuestros precios casi son más baratos que los productos que se venden en los supermercados (E-4, 06C/04C/2017).*

*Jakaru Pora Hagua es un punto de encuentro donde se conocen productor-consumidor, pero además es un espacio de educación fundamentalmente. (...) En la feria se tuvo públicos de diferentes tipos; por ejemplo, cuando se hace en el centro se apunta a la gente que está alrededor, no un público específico sino todo aquel que pasa por la plaza y, de hecho, vemos desde el que compra mbeju, que es barato y no es una persona de clase media, es una persona de menores recursos. (...) Yo creo que sí está un poco diseñado en términos de gente de clase media también, por una cuestión de que la clase media es la que tiene más información, entiende cuando se habla de cuando es agroecológico o es orgánico tiene más acceso a informaciones, está conectado a internet, que es de donde hoy viene toda la información. (E-7, 19/05/17).*

## 1.5. Presentación de los productos

Uno de los aspectos importantes que hacen a la feria tiene que ver con la presentación de los productos. En este punto hay coincidencia entre feriantes en que se mejoró mucho y que fue resultado de un proceso.

*Ahora se mejoró mucho en comparación de las primeras ferias. La gente tiene buena producción pero no se tenía una buena presentación. En la parte de capacitación se ayudó mucho a la gente, en lo que se refiere a la presentación del producto, la higiene y cómo debe ser tratado cada producto. Ahora eso cambió mucho y se mejoró, el empaque, la refrigeración de productos perecederos como carnes (E-2, 28/03/2017).*

*La gente se esmera para la presentación de sus productos eso mejoró mucho. Ahora hay mayor predisposición para la presentación y para divulgar la calidad de los productos. (E-4, 06/04/2017).*

*La producción que se lleva a la feria es higiénica. Se envasan bien los productos, son frescos (E-1, 28/03/2017).*

*Se está trabajando bien en cómo presentar sus productos porque las ferias cada vez son más lindas, más elegantes, más limpias, la capacitación es clave (E-6, 10/05/2017).*

*Darle a cada alimento la importancia que tiene. Es una de las cosas que ellos ya internalizaron (E-7,19/05/17).*

En cuanto a las necesidades más inmediatas para mejorar la participación en las ferias, productores y productoras manifestaron que la periodicidad es fundamental.

*Es necesario venir más seguido. La gente pregunta cuándo vamos a volver. Es poco venir tres veces al año. Lo ideal es venir una vez cada mes o dos meses (E-3, 06/04/2017).*

*La gente nos pregunta cuándo vamos a volver, si cuántas veces vamos a estar. Sería bueno que se haga con más frecuencia la feria. (E-5, 06/04/2017).*

*Hay diferentes canales, acá es difícil de venir más seguido pero si se busca en otros lugares, allá nosotros hacemos el estudio de mercado, no solamente en Asunción se puede ir, se puede encontrar otra alternativa como ir a Campo 9 pero bien, acá resulta la feria cada vez que venimos (E-2, 28/03/2017).*

*Sería bueno realizar cada dos o tres meses la feria departamental, porque los productores del departamento tendrían mayor oportunidad de traer y vender sus productos (E-4, 06/04/2017).*

La calidad de los productos también es un factor que tienen en cuenta los y las feriantes. Una de las medidas tomadas para garantizar su procedencia es la verificación previa de los productos.

*Nosotros como organización nos comprometemos en forma conjunta, traemos solo productos que conocemos su procedencia, por ejemplo maíz, no traemos de cualquiera, algunos productos no conocemos si contiene transgénicos y en ese caso no permitimos traer. Esto es parte de la organización, que cada uno debe tener sus productos, que debe hacer un control colectivo. Estamos contentos de la calidad de los productos de la gente de la organización (E-2, 28/03/2017).*

En cuanto al precio de los productos, como feriantes consideran que es bueno, que ofrecen productos de buena calidad a menor costo que en los supermercados de la capital.

*El precio como sabemos que es mejor acá (Asunción) que cuando se vende en la casa. Si se va el intermediario se vende a menor precio, acá es bueno el precio digamos y además que la cantidad de venta que se da en una sola vez. Se vende variado, la cantidad que se trae es limitada, se trae lo justo, ni más ni menos, según la necesidad para la venta (E-2, 28/03/2017).*

*Tiene que ser un precio justo para el productor para que ellos vean pagado el tiempo, la dedicación, todo el esfuerzo que hacen a producir la tierra pero que tampoco sea un precio que sea inaccesible para mucha gente (E-7, 19/05/17).*

La capacitación es otro factor que fue resaltado por algunos/as de los/as entrevistados/as.

*Sería bueno si se realiza una capacitación a los feriantes para ser buenos vendedores y vendedoras porque nos faltan muchas cosas. (E-4, 06/04/2017).*

# 2/

## Situación de las organizaciones participantes en la Feria Jakarú Porã Haguã



*Las ferias, desde un comienzo, se plantearon como iniciativas viables que ponen en contacto directo a quienes producen con quienes consumen, brindando a los primeros no solo una oportunidad de generar ingresos sino también de incorporar nuevos conocimientos sobre producción y comercialización, y a los consumidores de tener acceso a productos frescos y agroecológicos.*

La participación en ferias ayudó a mejorar a la organización, coincidieron en mencionar los y las feriantes. En ese sentido, resaltaron dos aspectos muy importantes: el ingreso económico y el mejoramiento de la producción.

*Ayuda porque al productor le da tranquilidad en su hogar cuando tiene un ingreso económico que permite que sus hijos estudien. El ingreso económico es importante también para mejorar la producción en la finca (E-3, 06/04/2017).*

*Es una gran motivación, la gente procura más para producir en forma variada que anteriormente y cuida más la producción de animales menores. Se proyecta más la gente ahora, se prepara más con vistas a la feria, y resulta (E-2, 06/04/2017).*

*Ayuda en todos los sentidos. Ayuda a la organización y ayuda también a las familias campesinas y a los productores. Con las ganancias se invierte en la producción (E-4, 06/04/2017).*

*Otro de los factores que influyó positivamente en las organizaciones, principalmente en las ferias a nivel local es el buen relacionamiento con las autoridades municipales (E-5, 06/04/2017).*

*Actualmente, con la Municipalidad de Yby Ya'ú tenemos un buen acompañamiento a través del intendente. El intendente nos ayuda mucho porque siente las necesidades de la gente, ayuda a los feriantes. (E-5, 06/04/2017).*

## 2.1. Relacionamiento de organizaciones que ferian con sus gobiernos locales

Algunas organizaciones y sus gobiernos locales no mantienen relacionamiento cercano; este factor imposibilita acceder a recursos y apoyo que la municipalidad local destina a productores y productoras.

*La gente del Asentamiento estaba interesada en participar en la feria local pero no tuvimos el apoyo del intendente. Eso es una preocupación para nosotros porque en este caso se lleva la feria a Asunción y la gente de la zona no valora la producción (E-1, 28/03/2017).*

*Poco relacionamiento, para este tipo de actividades no están abiertas las puertas. Ese tipo de oportunidades no tenemos allá. Más bien se sale a Caaguazú pero ahí también ya están establecidos, no es fácil de entrar (E-2, 28/03/2017).*

En cambio otras organizaciones tienen un espacio en las ferias locales debido a que tienen un contacto más permanente con sus autoridades locales y con otras instituciones del Estado.

*Tenemos el apoyo del municipio para la realización de la feria local. Los del Ministerio de Agricultura siempre nos apoyan y por eso estamos muy agradecidos en la realización de la feria porque nos ayuda en mucho (E-4,06/04/2017).*

*Actualmente con la Municipalidad tenemos un buen acompañamiento a través del intendente. El intendente nos ayuda mucho porque siente las necesidades de la gente, ayuda a los feriantes (E-5, 06/04/2017).*

Legumbres  
5000  
70 y 900



# 3/

## Articulación campo-ciudad



*El fortalecimiento de la producción y comercialización de productos agroecológicos también se ha constituido en una oportunidad de articulación campo-ciudad, a través de las sinergias logradas con grupos urbanos que buscan proteger los alimentos de calidad, el cultivo sostenible, los precios justos, defender la biodiversidad y la elaboración de comidas sanas, como Slow Food Paraguay, la Escuela Integral Gastronómica O`Hara y otras iniciativas urbanas que participan de las ferias.*

### **3.1. Revalorización de la cocina paraguaya**

Uno de los elementos que hace a la feria Jakaru Porã Haguã es la apuesta por compartir el alimento tradicional para valorizar la culinaria paraguaya. Con este objetivo se produjo el intercambio entre cocineras campesinas y cocineros y cocineras urbanos. Dentro de esta dinámica de intercambios de saberes, de habilidades, de conocimientos, de herramientas y tecnología se promueve la idea de valorizar el alimento tradicional, el alimento de calidad.

Algunas de las experiencias que se plasmaron a través de la alianza entre productores campesinos - cocineros urbanos fueron las que se realizaron con la Escuela Gastronómica O´Hara y el movimiento Slow Food, Central Paraguay.

*Ingredientes y técnicas de cocción en la cocina paraguaya se fusionan en un espacio denominado ¡Que viva la cocina!, el congreso gratuito de gastronomía más grande del país que se realiza desde hace seis años. Desde su tercera edición, el congreso se realiza junto con la feria FERIA JAKARU PORã HAGUã para presentarles las estrellas de todo lo que es o hace un chef: el producto (E-6, 10/05/2017).*

*En esta sinergia entre actores de la cocina y productores/as, se reconoce que los ingredientes fundamentales para la comida paraguaya provienen de la agricultura familiar campesina. Es clave el producto de este grupo de agricultores con que estamos trabajando. La elección de ingredientes sanos es reivindicada por varios referentes de la cocina en Paraguay cada vez se unen más chefs a esto (E-6, 10/05/2017).*

La quinta edición de este evento se realizó el 7 de julio de 2016 en el Complejo Textilía de Asunción, con la Feria Jakaru Pora Hagua y la cocina en vivo entre agricultores y cocineros. Este espacio es destinado exclusivamente para la venta y consumo de cocina paraguaya.

*La respuesta de la gente fue extraordinaria, vendieron más del 90% de lo que habían traído. (...) Tuvimos más de 3 mil personas circulando por la feria en un día (E-6, 10/05/2017).*

Otra experiencia de trabajo mancomunado entre la feria Jakaru Porã Haguã, cocineros de la Escuela O'Hara y Slow Food, fue el evento gastronómico realizado en la ciudad de Coronel Oviedo (Caaguazú), El evento se realizó el 7 de octubre del 2016, en la Plazoleta de la Catedral de la mencionada ciudad. Cocineros, cocineras y productores y productoras interactuaron, compartiendo experiencias en la elaboración de diversas comidas. Además de la venta de productos agroecológicos desde las chacras campesinas.

## **Subastas agroecológicas**

De la mano de Jakaru Porã Haguã y en alianza con ¡Que Viva la Cocina! se realizaron dos subastas agroecológicas en Asunción. La primera subasta (22/07/2016) fue de naranjas, realizada en el local de la Escuela Gastro-

nómica O´Hara. Se envasaron las naranjas que había en gran cantidad y se ofertó a través de las redes sociales.

*Se vendió todo esa vez y venía la gente a buscar acá. La naranja con la que se hizo la subaste era deliciosa (E-6, 10/05/2017).*

La segunda subasta (20 y 21 de octubre) fue de cebollas y tomates, que también se realizó en el local de la Escuela Gastronómica O´Hara.

*No llegamos a vender todo pero sí se salvó muchísima producción que se estaba echando a perder (E-6, 10/05/2017).*

## **Evento Talleyrand**

En la fiesta de graduación de la Escuela Gastronómica O´Hara (21/12/2016), se realizó una feria con ventas de productos agroecológicos. El evento se llevó a cabo en Talleyrand y productores y productoras se instalaron a la entrada del local para la venta de su producción.

*Vendieron todo. Fue una colación, la gente elegante y en la entrada estaban los agricultores vendiendo naranja, sandía, fue extraordinario. Fue una experiencia sumamente linda, que por primera vez se dio, que este año seguramente más agricultores estarán en nuestro evento. Es increíble cómo la gente con sus tacos altos y de largo salían con su sandía, mandioca, piña, una cantidad de cosas que había comprado de la feria (E-6, 10/05/2017).*

## **Slow Food Central Paraguay (Karu Mbegue)**

Es un movimiento internacional “que se contrapone claramente al avance del Fast food (comida rápida) y del Fast Life (vida rápida). Considera que comer es un acto agrícola, y los consumidores informados del impacto de

sus decisiones en las lógicas de producción alimentaria y en las vidas de los productores se convierten en coproductores. Para Slow Food los alimentos de calidad deben ser buenos, limpios y justos”<sup>1</sup>.

Slow Food participa de la Feria Jakaru Porã Haguã desde los proyectos Alianzas de Cocineros y Mercados de la Tierra.

*En Jakaru Porã Haguã la unión Tierra-Cocina se convirtió en el eje central. Un mecanismo para un encuentro entre los productores, los que trabajan la tierra y los coproductores como le llamamos a los consumidores conscientes, un consumidor que sabe que la elección que hace cada día tiene un impacto en lo que decide cultivar. Una masa de coproductores o consumidores conscientes realmente pueden hacer cambios a nivel de decisiones políticas (...) Unir la producción y la cocina de los consumidores urbanos, la cocina de los restaurantes, la cocina de los cocineros que se están iniciando es un aspecto central. A partir de ahí, ese fue el lenguaje desde Jakaru Porã Haguã. No es una feria nada más, es un encuentro del campo y la ciudad, entre la gente de la ciudad que compra, porque en general no produce, y la gente del campo que tiene que vivir dignamente de ese trabajo. Que los consumidores sepan cuál es la historia que está detrás del origen de ese alimento, cómo se cultivó, cómo se cuidó, qué se utilizó para cuidar todos esos aspectos que tienen que ver con la calidad de los alimentos que uno lleva a la casa (E-7, 19/05/17).*

### 3.2. Trabajo técnico productivo

Jakaru Porã Haguã mantiene un acompañamiento técnico para fortalecer el proceso productivo y garantizar la práctica agroecológica.

*Dentro del proceso de Jakaru Porã Haguã nos dimos cuenta desde el punto de vista técnico que debemos ir trabajando de manera más fuerte algunas cuestiones. Por ejemplo, la gente de la ciudad aprecia y valora la comida campesina pero también quiere variedad. El consumidor también está cada vez más exigente en la calidad de la presen-*

<sup>1</sup> <https://slowpy.wordpress.com/karu-mbegue-o-comer-lentamente/>

*tación. A partir de estas experiencias hay una interacción entre lo que busca uno, lo que hace el otro e ir encontrando puntos de consenso y puntos de convergencia para mejorar, para hacer que la producción campesina sea sostenible. Jakaru Porã Haguã, dentro del contexto productivo, busca que sea socialmente justa, económicamente viable y agroecológicamente sostenible pero es un proceso que lleva tiempo. (...) Darle garantía a un productor agroecológico cuyo producto es todo un proceso, no es fácil. Hay un equipo técnico que acompaña a un grupo de 50 productores en Caaguazú para darle el respaldo a la producción agroecológica, para poder garantizar realmente esa producción. Dentro de ese grupo con el que nosotros estamos trabajando seleccionamos otra vez un grupo de los que sí están en condiciones de manera agroecológica y los demás están en proceso de transición. De esos 50 con los que estamos trabajando de manera más cercana, son 10 los que van a certificar de manera agroecológica (E-7, 19/05/17).*

# 4/

## Aprendizajes



A nivel más personal sobre aprendizajes y motivaciones, los y las feriantes manifestaron conformidad con la experiencia.

*Es una experiencia muy buena, nos demuestra que resulta, que nos da de comer, que mejora la calidad de vida también dentro de las casas. A través de las ferias podemos valorar más nuestra producción y para salir adelante como familias es importante (E-2, 28/03/2017).*

*En primer lugar la necesidad y luego el reunirnos es algo muy lindo, se aprende muchas cosas, no solo uno viene para vender, conversamos sobre muchas cosas, la realidad, lo que nos espera como desafío y esas cosas (E-5, 06/04/2017).*

# 5/

## Conclusiones



Un análisis de las ferias permite apreciar y dimensionar los siguientes aspectos.

- a. Fuente de ingreso.** Las ferias se están constituyendo en una importante fuente de ingresos para las familias que participan de ellas. Es sabido que uno de los principales problemas y motivos de la migración en el campo es la desmotivación que generan los bajos precios y la estrechez del mercado para la producción de la AFC. Las ferias son una veta que permite resolver en parte ese déficit, las expectativas tanto de productores y productoras así como de las autoridades locales y nacionales van en aumento.
  
- b. Motiva el mejoramiento y la diversificación de la producción.** Las ferias obligan a los y las productores/as a realizar esfuerzos por mejorar y diversificar su producción. La diversidad de productos ofertados y la calidad son motivos de atracción y de enganche de los y las consumidores de las ciudades.
  
- c. Las ferias como fortalecimiento de las organizaciones.** Los canales de participación en las ferias son las organizaciones locales. Los y las socios/as de estas organizaciones forman parte de una dinámica de formación y planificación permanente que les incentiva para su participación en las ferias. Estos espacios contribuyen a las organizaciones para su crecimiento y fortalecimiento.

- d. Espacio de contacto directo con los consumidores.** La feria posibilita el contacto directo entre el productor y el consumidor. Esta interacción permite establecer un conocimiento mutuo entre ambos que va más allá de una mera relación comercial. Los consumidores que participan de las ferias tienen conciencia del tipo de producto que están comprando y de quiénes están comprando. Esta relación obliga a los y las productores a cuidar y mejorar su producto, tanto en el cómo producir como en la presentación. Cuidar esta relación es fundamental para la continuidad y sostenibilidad de las ferias.
- e. Espacio de articulación entre organizaciones del campo y de la ciudad.** Otro aspecto, quizás poco dimensionado aún, es la articulación entre organizaciones de productores del campo y de la ciudad. Las ferias tendrán sostenibilidad en el tiempo en la medida que se fortalezca esta relación.
- f. Espacio de formación.** Otro tema fundamental para la sostenibilidad de las ferias es la formación. Los y las productores/as precisan mayor conocimiento de los principios y manejos agroecológicos de tal manera a asegurar la calidad de los productos. Además de la formación para la producción, también es importante la formación de carácter más político. Las organizaciones deben ser conscientes de que la agroecología no debe reducirse sólo al aspecto económico, sino debe ser vista como una propuesta orientada a mejorar la calidad de vida de las personas, como una alternativa productiva frente al agronegocio y como tal encarada científicamente.

**g. Revalorización del trabajo productivo de las mujeres.** Las ferias visibilizan el trabajo productivo de las mujeres. Un porcentaje elevado de los productos ofertados corresponden a elaboraciones de las mujeres. En este proceso de producción, el rol de las mujeres campesinas es fundamental. Ellas se desempeñan como trabajadoras agrícolas, como responsables del procesamiento y preparación de alimentos, junto con las tareas domésticas y de cuidado del hogar. Cabe recordar que según la FAO, las mujeres producen entre el 60 y el 80% de los alimentos en los países en desarrollo, y la mitad de la producción mundial (Riquelme y Vera, 2013). Es por ello que este espacio es importante para seguir visibilizando el trabajo productivo y su rol en la producción de alimentos dentro de la AFC.

# 6/

## Recomendaciones



- 1. Periodicidad de las ferias en Asunción.** Que las ferias sean más frecuentes y que se establezcan cronogramas que permitan mayor capacidad de planificación a los/as feriantes. La mayor frecuencia de las ferias implica mayor costo operativo para las organizaciones de apoyo y exige a productores y productoras mayor volumen de producción, pero a su vez puede generar mayores ingresos. Este paso debería conducir a diseñar mecanismos que a mediano plazo les permita apropiarse totalmente de la experiencia. Una mayor frecuencia de ferias, requeriría ampliar alianzas y lograr mayor apoyo de instituciones públicas, así como que las propias organizaciones y productores asuman la logística y las modalidades de comercialización.
- 2. Fortalecer el manejo postcosecha de productos frescos.** De acuerdo a un conjunto de experiencias de ferias que la CEPAL analiza, los productores familiares tienen bajo acceso a las tecnologías más avanzadas que permiten mantener las cualidades intrínsecas de los productos agroalimentarios frescos desde la finca hasta el consumidor final. El hecho de que esas etapas de la cadena de valor hayan estado históricamente en manos de intermediarios y grandes empresas es una limitación para que los pequeños productores las desarrollen. Además, en muchos casos la tecnología disponible no está adaptada a sus condiciones y escala de producción. A eso se suma la inadecuada infraestructura, en especial en territorios rurales, que permita conservar el valor y calidad de los productos (CEPAL/FAO/IICA, 2014).
- 3. Formación y asistencia técnica.** Hay reconocimiento sobre la formación que recibieron, que

se tradujo en mejoras en la presentación y en la producción, pero es importante que este proceso no se pierda y sea continuo. Es necesario producir en mayor cantidad para cubrir la demanda que se va generando. Promover la extensión que tiene que ver con los aprendizajes entre los mismos campesinos-campesinas. El intercambio de saberes entre aquellos agricultores campesinos y campesinas que tienen más experiencias, que ya revalorizaron muchas cosas y que están practicando la agroecología. En este contexto es necesario crear mecanismos para garantizar la transferencia de conocimientos sobre la agricultura entre campesinos y campesinas de distintas organizaciones.

Establecer fincas agroecológicas modelos, una por cada comité o por cada organización, donde se pueda colocar todas las técnicas agroecológicas y que se pueda tener como un elemento demostrativo para fortalecer a aquellos productores que están trabajando por mantenerse en la línea agroecológica y ayudar a los productores/as que se encuentran en el proceso de transición hacia la agricultura orgánica.

En este punto, cabe señalar que la asistencia técnica es un tema que los productores y productoras esperan recibir del MAG en el marco de los proyectos que apoyan el fortalecimiento de la agricultura familiar campesina, sin embargo, existe un déficit en este sentido. Al respecto, si bien el MAG ha incluido recientes programas de apoyo a la AFC, existe una escasa incorporación de nuevos beneficiarios/as a los mismos. Los principales receptores de la asistencia técnica son comités con los que ya existe una trayectoria de trabajo, lo cual refuerza la

crítica del abandono a los demás productores/as (Riquelme y Vera, 2017)

- 4. Comunicación.** Optimizar la gestión estratégica de la comunicación para la difusión continua de la dimensión política de la agricultura familiar campesina en la producción de alimentos en nuestro país. *Nos falta comunicar más, hay que contar lo que se está haciendo, la gente se debe enterar de lo que está pasando y ahí tenemos falencias, tenemos que invertir un poco más en la comunicación (E-6, 10/05/2017).*
- 5. Promover mayor relacionamiento con autoridades locales (departamental/municipal):** Encaminar diálogos con autoridades para mayor apertura hacia estas experiencias, para que haya mayor participación de productores y productoras locales y se establezcan políticas locales para el sector de la AFC.
- 6. Estimular la producción agroecológica urbana:** Trabajar en la creación de huertas y chacras urbanas. Esta iniciativa podría ayudar a recuperar los saberes sobre la producción campesina, a preservar los ingredientes originarios de la cocina paraguaya y a promover el cultivo del propio alimento.
- 7. Contar con un espacio físico permanente:** que permita vender productos sanos de manera constante y a los consumidores les permita tener acceso a alimentos agroecológicos diariamente.
- 8. Precios justos:** Si bien existe una diferenciación de precios de la producción orgánica, este debe ser justo para permitir el acceso al público en ge-

neral. Es necesario crear mecanismos para definir precios justos tanto para el productor/productora como para el consumidor.

**9. Fortalecer las ferias locales e identificar tendencias de los mercados:** para asegurar la sostenibilidad y autonomía de las organizaciones de productores/as así como acción política para posicionar el tema de la importancia de la agricultura familiar campesina. *Establecer en determinadas zonas, no necesariamente en Asunción. Para llevar adelante una lucha para que nuestros alimentos puedan ser revalorizados y reconocidos por el Estado paraguayo* (E-1, 28/03/2017).

**10. Reducir la migración de los jóvenes.** Como señala un estudio de la CEPAL, la tendencia de reducción y envejecimiento de la población rural, la migración de los miembros más jóvenes de las familias agricultoras y el crecimiento acelerado de las actividades no agrícolas rurales hacen pensar que, si no se toman acciones inmediatas, la generación de reemplazo de la agricultura familiar no tendría grandes incentivos para continuar con la actividad. El mejoramiento de los bienes públicos rurales, entre ellos la educación, la salud, la vivienda y los servicios básicos son elementos clave que podrían hacer la diferencia entre quienes permanecen y quienes deciden salir del campo. Además, se deben generar políticas específicas dirigidas a la juventud rural que tengan como objetivo retener a esta población en la agricultura familiar y, sobre todo, potenciar su desempeño (CEPAL/FAO/IICA, 2014)

## Referencias

### Entrevistas

1. Entrevista a Fabio Aguirre, productor de Asentamiento María Cristina - Caaguazú. 28/03/2017
2. Entrevista a Tomás Escurra, productor de Repatriación - Caaguazú. 28/03/2017
3. Entrevista a Marcelo Franco, productor de Colonia Yacare´i - Caaguazú. 06/04/2017
4. Entrevista a Emilia Ramírez, productora de Caapucú – Paraguarí. 06/04/2017
5. Entrevista a productora de Asentamiento Ayorro de Oro - Concepción. 06/04/2017
6. Entrevista a Teresita Benegas O´Hara, de la Escuela Gastronómica O´Hara. Asunción. 10/05/20017
7. Entrevista a Soledad Martínez, integrante del movimiento Slow Food Paraguay Central (Karu Mbegue). Asunción 19/05/2017

### Documentos

- CEPAL/FAO/IICA (2014). Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe / Resumen Ejecutivo. Disponible en: <http://repiica.iica.int/docs/b3165e/b3165e.pdf>
- CEPAL/FAO/IICA (Boletín). Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. Disponible en: <http://repiica.iica.int/docs/b3372e/b3372e.pdf>

Martínez S. (Coordinadora) (2016). Oportunidades de comercialización de alimentos locales en el sector gastronómico. Asunción: Decidamos, Campaña por la Expresión. Disponible en: Ciudadana <http://bit.ly/2t9LWGH>

Proyecto Jakaru Porã Haguã 2012. Disponible en: <http://www.soberaniaalimentaria.org.py/web/quienes-somos/>

Riquelme, Q. y Vera, E. (2013). Aporte de las mujeres en la producción de alimentos. Asunción, CDE-OXFAM. Disponible en: <http://www.soberaniaalimentaria.org.py/web/2014/01/25/mujeres-campesinas/>

Riquelme, Q. Y Vera, E. (2017). Agricultura Familiar Campesina en Paraguay. Principales fuentes de financiamiento y análisis de su aplicación en los territorios. Asunción,

CDE-DECIDAMOS-CCFD TERRE SOLIDAIRE. Disponible en: <http://bit.ly/2uilK1l>

Verdes  
2000

Pomitos  
4000

Zana  
2000





Implementado por



Con el apoyo de:

