



MINISTERIO DE
**AGRICULTURA
Y GANADERÍA**



PLAN ESTRATÉGICO DE LA CADENA FLORÍCOLA DEL PARAGUAY

2016-2021

El presente documento pretende constituirse en un instrumento guía para el mejoramiento de la Cadena Florícola del Paraguay.



PRESENTACION

El Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, los actores públicos y privados de la Cadena Florícola, vienen promoviendo un enfoque de coordinación e innovación para potenciar la competitividad de la floricultura en el Paraguay, comprendiendo que:

- (a) La floricultura es un rubro no tradicional; en reconocimiento de sus bondades: generación de ingresos en el corto plazo, fomenta el desarrollo paisajístico, producción en espacio reducido, arraigo por la ocupación de mano familiar, alto potencial de diferenciación. En definitiva, una actividad de alto valor.
- (b) La visión en cadena facilita el protagonismo de actores y el cumplimiento de sus roles, promueve la integración y sinergia, con el resultado de ganar-ganar mediante una gestión acordada e integrada.

El Plan Estratégico de la Cadena Florícola del Paraguay, está concebido y estructurado en el marco de los conceptos señalados, con la identificación y desarrollo de componentes programáticos, ordenados y priorizados que facilitarán la implementación, con efectos que indudablemente serán reflejados en mejorar los indicadores de competitividad, en un entorno de sustentabilidad. El MAG y el IICA, expresan sus reconocimientos a los integrantes de la Mesa de Competitividad Florícola por los importantes avances logrados, y en especial al Vice Ministerio de Agricultura, que ha liderado auspiciosamente este proceso y reafirman el compromiso de acompañar activamente la implementación del presente Plan Estratégico.

Ing. Don Ricardo Orellana
Representante del IICA
en Paraguay

Ing. Don Juan Carlos Baruja
Ministro de Agricultura y Ganadería



INDICE

ACRÓNIMOS	6
1. ANTECEDENTES	7
2. OBJETIVO DEL PLAN ESTRATÉGICO	8
3. MAPEO DE LA CADENA	8
4. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA	9
5. FUNDAMENTOS PARA EL DESARROLLO DE LA CADENA	10
5.1. Fortalezas	10
5.2. Oportunidades	10
6. ANÁLISIS DE FACTORES CRÍTICOS	10
6.1. Tecnificación	10
6.2. Financiación	11
6.3. Insumos de calidad	11
7. PRINCIPALES EJES PARA EL DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR	11
8. PLAN ESTRATÉGICO	12
9. BIBLIOGRAFÍA	14
10. ANEXOS	15
ANEXO N°1: Registro de participantes	15
ANEXO N°2: Programa	17
ANEXO N°3: Fotografías del taller participativo	18



ACRÓNIMOS

ANDE	Administración Nacional de Electricidad
BNF	Banco Nacional de Fomento
CAH	Crédito Agrícola de Habilitación
COPACO	Compañía Paraguaya de Comunicaciones S.A.
DC	Dirección de Comercialización
DEAg	Dirección de Extensión Agraria
DGRV	Confederación Alemana de Cooperativas
ESSAP	Empresa de Servicios Sanitarios del Paraguay S.A.
FCA	Facultad de Ciencias Agrarias
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
IPS	Instituto de Previsión Social
IPTA	Instituto Paraguayo de Tecnología Agraria
JICA	Agencia de Cooperación Internacional de Japón
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MH	Ministerio de Hacienda
MIC	Ministerio de Industria y Comercio
MOPC	Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones
PPI	Proyecto Paraguay Inclusivo
RRHH	Recursos Humanos
SENAVE	Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas
SIMA	Servicio de Información de Mercados Agropecuarios
UNA	Universidad Nacional de Asunción
VMA	Vice Ministerio de Agricultura



1. ANTECEDENTES

En el marco del Programa de Fomento al Desarrollo de la Competitividad Agraria, la Resolución MAG N°03 de fecha 05 de enero de 2016 "POR LA CUAL SE CREA LA MESA DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA FLORÍCOLA", y considerando los resultados obtenidos por la consultoría realizada para analizar la situación y perspectivas del financiamiento de la cadena, se ha identificado el potencial de crecimiento de la cadena florícola. Este hecho enfatiza la necesidad de definir una visión conjunta tanto entre actores de la cadena, como entre el sector público y privado de manera a establecer estrategias en el mediano plazo para fomentar y fortalecer el crecimiento sostenido de la cadena florícola. En este contexto, la elaboración de un Plan Estratégico constituye un valioso instrumento guía que permitirá organizar, focalizar los esfuerzos y lograr en forma conjunta, un mayor y más acelerado proceso de crecimiento del sector florícola nacional.

Para ello se ha llevado a cabo un taller participativo con presencia de actores de la cadena florícola como: proveedores de insumos, productores, comercializadores, prestadores de servicios operacionales y de apoyo tanto del sector público como del sector privado. En total participaron 28 personas (se adjunta listado de participantes en el Anexo N°1).

Durante el taller los participantes expusieron sus expectativas, las cuales han sido agrupadas en orden de coincidencia en los siguientes temas: a) establecer objetivos específicos aplicables en el mediano y largo plazo; b) contar con un plan estratégico concreto, práctico, realista y entendible que delimite las responsabilidades y roles, ayude a fortalecer la cadena florícola, abarque todas las áreas de producción y comercialización, y beneficie tanto a productores como a comercializadores; c) establecer la estrategia que ayude a fomentar y fortalecer la cadena; d) conocer la realidad de los productores y poder ofrecer un producto crediticio acorde a las necesidades del rubro; e) planificar y mejorar la producción de flores de corte y floricultura de maceta; f) recuperar el mercado local con producción nacional; g) fortalecer el relacionamiento productor-comprador; y h) facilitar los requisitos de importación de semillas, bulbos, plantines.

La metodología implementada fue la participativa, para lo cual inicialmente se trabajó en dos grupos. Los resultados obtenidos por cada grupo fueron expuestos en plenaria para luego definir en forma conjunta tanto la visión como la estrategia. Ambos grupos coincidieron en priorizar varios de los temas expuestos, lo que ayudó al consenso.

El programa para el taller de elaboración del plan estratégico se organizó en 4 tiempos (ver Anexo N°2 Programa):

El primer intervalo consistió en la revisión y validación en plenaria, del mapeo de las 2 cadenas identificadas en el diagnóstico inicial: la cadena de valor de flores de corte y la cadena de valor de floricultura en maceta. En este sentido, el consenso sobre el escenario actual de las cadenas ha sido importante para poder establecer el punto de partida hacia el desarrollo y fomento de la cadena florícola. Además, gracias a los aportes de los participantes del taller se ha logrado completar el mapeo con otros actores y canales que no habían sido identificados en el diagnóstico inicial. El resultado de esta fase se presenta en el apartado 3 "Mapeo de la cadena".

En el segundo intervalo se procedió a la revisión y validación del análisis FODA¹ (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para la cadena), resultado del diagnóstico inicial, caracterizado por las fortalezas y debilidades (factores internos) por una parte, y por otra parte las oportunidades y amenazas (factores externos). En esta fase además de las Fortalezas identificadas inicialmente, fueron mencionadas otras cualidades como fortalezas y oportunidades que serán presentadas en el apartado 5 "Fundamentos para el desarrollo de la cadena".

1- El FODA es un insumo importante para la planificación estratégica, pues provee información necesaria para establecer acciones y medidas para fortalecer, corregir y mejorar.

En el tercer intervalo se definieron la visión de la cadena a un plazo de 5 años, la estrategia de mejoramiento de la cadena, los factores críticos para alcanzar el éxito durante ese periodo, así como las actividades para implementar la estrategia. Para ello se han respondido las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se verá la cadena florícola en 5 años a partir de ahora?;
- ¿Cuál es la estrategia para alcanzar la visión?;
- ¿Cuáles son los factores considerados como críticos para alcanzar el éxito en los próximos 5 años?; y
- ¿Qué actividades se deben implementar para fortalecer los factores críticos?.

Todo esto, tomando en cuenta desde la perspectiva de las fortalezas y las oportunidades detectadas por los actores.

En esta fase, luego del trabajo grupal, cada uno de ellos expuso su trabajo y los resultados fueron discutidos y consensuados en plenaria. A partir de ese momento fueron establecidos los principales ejes que serán necesarios implementar para el desarrollo y fomento de la cadena florícola.

En el cuarto y último intervalo, tomando en cuenta los productos de las tres fases anteriores, se procedió a la elaboración del plan estratégico. Para lo cual fueron tomadas como guía las siguientes preguntas:

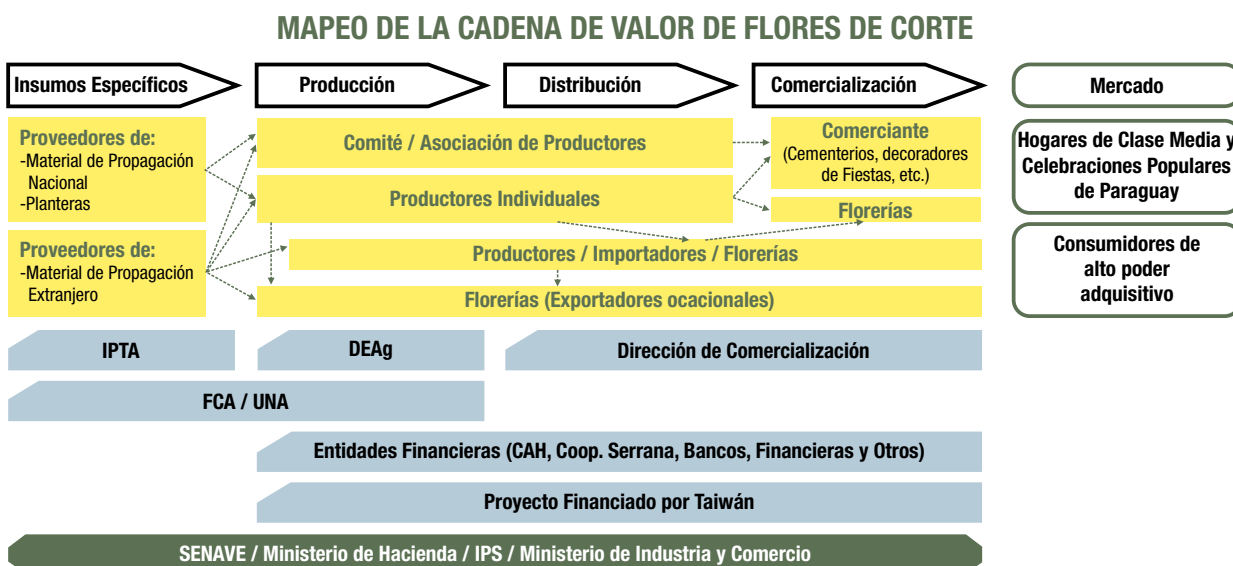
- ¿Qué hacer?: actividades que serán traducidas en componentes;
- ¿Cómo hacer?: tareas específicas;
- ¿Para qué hacer?: indicadores de avance del plan;
- ¿Quién y con quién?: responsables de la ejecución de las actividades?;
- ¿Cuándo hacer?: duración de la tarea o fecha tope; y
- ¿Con qué recursos?: recursos necesarios.

2. OBJETIVO DEL PLAN ESTRATÉGICO

Proveer de una herramienta estratégica que guíe la priorización e implementación de las actividades a realizar durante el lapso de 5 años, en función de la visión compartida por los actores de la cadena florícola del Paraguay.

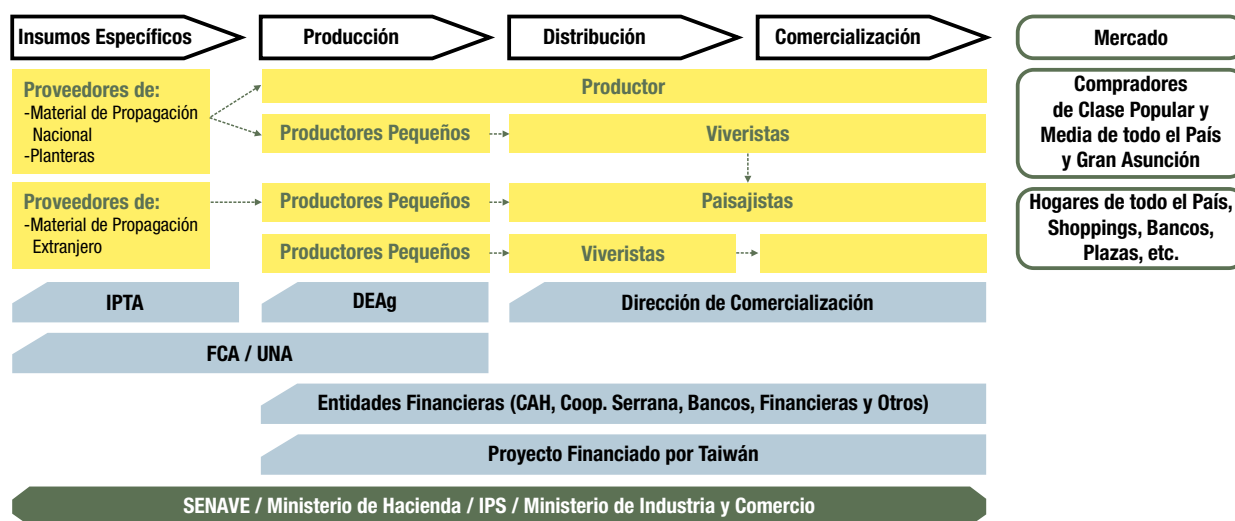
3. MAPEO DE LA CADENA

En el rubro florícola se han identificado 2 cadenas, por una parte la cadena de valor de flores de corte y por otro lado la cadena de valor de floricultura de maceta.





MAPEO DE LA CADENA DE VALOR DE FLORICULTURA EN MACETA



4. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA

El mapeo de una cadena de valor está dividido en 3 niveles: el micro, el meso y el macro. El nivel micro incluye a los operadores de la cadena (aquellos que en algún momento del proceso son dueños del producto: proveedor de insumos específicos, productores, intermediarios, distribuidores, comercializadores) y a los prestadores de servicios operacionales (aquellos servicios que desempeñan en forma directa funciones en la cadena de valor en nombre de los operadores de la cadena de valor o que están directamente relacionados a ellos). El nivel meso incluye a todos los actores de la cadena que prestan servicios de apoyo, o que ofrecen servicios generales de interés de los actores de nivel micro de las cadenas de valor (ejemplo: asistencia técnica y comercial -DEAg/DC-, investigaciones -IPTA/FCA-, créditos -CAH/BNF-, servicios promocionales, desarrollo de tecnología, etc.). El nivel macro lo constituyen el conjunto de los entes reguladores, conformados por las agencias e instituciones públicas que norman y regulan el entorno que posibilita los negocios (gobierno nacional, local y/o regional -MAG/SENAVE/MH/MIC/IPS-, sistema judicial y los principales prestadores de servicios públicos -MOPC/ESSAP/ANDE/COPACO-). El tipo de relaciones o vinculaciones que existen entre los actores a nivel micro, está representada por flechas de líneas continuas o discontinuas. Cuando las líneas son continuas significa que las relaciones son formales y hasta puede tratarse de una relación contractual exclusiva. Cuando las líneas son discontinuas significa que las relaciones son informales, esporádicas y/o no contractuales.

En cuanto a la cadena florícola del Paraguay, a nivel micro, según información suministrada por extensionistas de la Dirección de Extensión Agraria, hay aproximadamente 800 familias que se dedican a la producción de flores y plantas ornamentales. Estas familias están distribuidas en los departamentos Central (Areguá, Itá, Limpio, Luque y Ñemby), Cordillera (Eusebio Ayala y Cabañas) y Paraguari (Yaguarón). La mayor producción se concentra en las zonas de Itauguá Guazú, Itá y Cabañas. En Cabañas aproximadamente 300 familias son las que se dedican a la producción florícola. La mayoría de los productores trabajan en forma individual y unos pocos están organizados en comités y/o asociaciones.

Existen varios canales de comercialización en donde los productores mismos distribuyen y comercializan (cementerios, florerías, ferias, vendedores ambulantes, etc.); los productores venden a distribuidores y estos últimos a los comerciantes; comerciantes que se dedican a la producción, importación y comercialización; los productores venden a viveros; y los productores que venden en su propia finca. En todos los casos las relaciones comerciales no son formales, sin embargo hay predisposición para formalizar la relación entre comprador y productor.

Los insumos específicos son proveídos por empresas dedicadas al rubro agrícola y por los propios produc-

tores en cuanto a injertos y plantines.

Los servicios de apoyo como los de asistencia técnica y crediticia si bien existen, estos no son específicos para la cadena. Los servicios de extensión están más bien relacionados con el sistema de producción (preparación de suelo, plantines, cuidados culturales), pero hay pocos especialistas en producción florícola. En el caso de los servicios financieros, no se cuenta con una línea o líneas de crédito específicas para el rubro florícola, más que los de consumo y en algunas instituciones para la producción pero con exigencias muchas veces fuera del alcance de los productores pequeños.

El mercado actualmente es cubierto en un 90% por productos importados, porcentaje que se pretende reducir al 50% mediante la implementación del plan estratégico durante el periodo de 5 años.

A nivel nacional, se estima que el consumo anual de flores ronda entre los 5 a 7.5 millones de dólares. Considerando que el 90% corresponde a productos importados, esto implica que solo entre 500 y 750 mil dólares es lo que el consumidor paga por productos nacionales. Lo que significa que existe un potencial de negocio no menospreciable al cual debe apuntar el mejoramiento de la cadena.

5. FUNDAMENTOS PARA EL DESARROLLO DE LA CADENA

5.1. Fortalezas

- Clima favorable para la producción florícola.
- Disponibilidad de tierra apta para la producción florícola.
- Mano de obra disponible y barata.
- Actividad generadora de empleo familiar pleno.
- Empresarios con experiencia de larga data en el rubro florícola.
- Existe una mesa de competitividad de la Cadena Florícola.

5.2. Oportunidades

- Mercado con potencial de crecimiento no abastecido.
- Compromiso por parte de los sectores público y privado para trabajar en cadena de valor.
- Predisposición del MAG a través del Viceministerio de Agricultura para apoyar a la cadena florícola con cooperación del IICA.
- Predisposición del IPTA, SENAVE, FCA para apoyar a la cadena florícola.

6. ANÁLISIS DE FACTORES CRÍTICOS

El objetivo del plan estratégico será satisfacer el mercado de los actores de la cadena, miembros de la mesa de competitividad, que están dispuestos a firmar contrato de aprovisionamiento constante durante el año. De acuerdo al análisis realizado en el taller participativo las áreas o factores críticos que se deberán atender en la implementación de la estrategia para el desarrollo y fomento de la cadena, son tres. Los cuales se detallan a continuación.

6.1. Tecnificación

Mejorar aspecto de técnicas de producción tanto a nivel de productores como de extensionistas. La especialización en el rubro florícola es fundamental, es necesario contar con técnicos especialistas en floricultura y extensión (fitosanitaria). Además, la información sobre opciones tecnológicas apropiadas para producir competitiva, eficiente y sosteniblemente, es insuficiente. Y esta ocasiona pérdidas en la producción, almacenamiento, procesamiento y logística, lo que a su vez impacta en la cantidad, durabilidad y calidad del producto.



6.2. Financiación

Articular el financiamiento para la inversión y capital operativo. Es necesario desarrollar productos específicos para el rubro florícola, además de créditos blandos para facilitar emprendimientos asociativos.

6.3. Insumos de calidad

El acceso a insumos de calidad está limitado por la escasa oferta de semillas, bulbos legalmente importados, macetas, bandejas, sistema de riego, media sombra, plantines y productos de fertilización para el rubro florícola. A nivel local, una de las causas de la escasa oferta de semillas de buena calidad, es que las mismas deben ser importadas del extranjero y estas importaciones se ven limitadas por falta de registro o habilitación de la especie por parte del SENAVE, debido al desestimulo del contrabando, el costo y la burocracia del proceso de importación legal.

7. PRINCIPALES EJES PARA EL DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR

Los principales ejes identificados para el desarrollo de la cadena de valor florícola enfocado al mercado de las florerías de los comerciantes participantes de la mesa de competitividad son 4. Los mismos se detallan a continuación:

1. ACCESO A INSUMOS DE CALIDAD

- Se deberá generar un banco de datos que contenga información sobre insumos específicos del rubro y los proveedores de los mismos.
- Será de vital importancia facilitar el proceso de adquisición de productos de calidad así como el registro de los mismos por parte del SENAVE (por ejemplo semillas de calidad).
- La información generada deberá ser incluida en la página web del SENAVE, MAG e IICA.

2. DESARROLLO DE TECNOLOGÍA, Y TRANSFERENCIA

- Se instalará una parcela demostrativa en la finca de un productor de referencia.
- Serán organizadas actividades de campo con viveristas de referencia.
- Asimismo, serán organizadas capacitaciones y charlas técnicas para productores sobre cómo mejorar la calidad y aumentar la productividad.
- Se realizarán capacitaciones a productores y comerciantes sobre procedimientos de gestión para la comercialización.
- Se elaborarán manuales de producción y buenas prácticas agrícolas.

3. FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES

- Será realizado un censo de productores.
- Se fortalecerá la Mesa de Competitividad de la cadena.
- Se prevé involucrar a Cooperativas de Producción, Ahorro y Crédito para fortalecer las organizaciones de productores.
- Fortalecer la capacidad instalada (por ejemplo Expo Flora).
- Será necesario fomentar el asociativismo.
- Además, generar un banco de datos o centro de información dinámico (información de precios, demanda, calidad, cantidad, etc.). Para esto se solicitará a la Dirección de Comercialización la inclusión del rubro florícola en el Servicio de Información de Mercados Agropecuarios (SIMA).

4. FINANCIAMIENTO

- Es necesario desarrollar un producto financiero para la floricultura.
- Articular el financiamiento para la inversión.
- Realizar capacitaciones a productores sobre el acceso y uso del crédito.

***Observación:** El mercado meta inicial son las florerías de los miembros de la mesa de competitividad, para el abastecimiento de los cuales será preciso abordar aspectos de comercialización. Por ejemplo: desarrollo de instrumentos de agricultura por contrato, volúmenes mínimos de entrega periódica, y mecanismos de pagos eficientes entre compradores y proveedores; etc.

8. PLAN ESTRATÉGICO

El siguiente plan estratégico fue elaborado bajo los siguientes supuestos:

- a) La continuidad del emprendimiento, a pesar del cambio de autoridades que pueda surgir a lo largo de los 5 años de implementación.
- b) Los empresarios mantengan el interés en formar parte del emprendimiento.
- c) Los proveedores estén motivados en proveer insumos de calidad legalmente importados.
- d) Se mantiene la credibilidad en la concreción de las acciones relacionadas al plan estratégico, al logro de sus objetivos y metas parciales.

VISIÓN

Cadena florícola integrada y funcional para satisfacer el 50% del mercado local, abastecido con productos nacionales de calidad (Crisantemo, Rosas, Gerbera, Aster y otros)

ESTRATEGIA

Mejorar la calidad y productividad, manteniendo la competitividad en costos.


PLAN ESTRATÉGICO A 5 AÑOS
VISIÓN: Cadena florícola integrada y funcional para satisfacer el 50% del mercado local, abastecido con productos nacionales de calidad (Crisantemo, Rosa, Gerbera, Aster y otros)

ESTRATEGIA: Mejorar la calidad y productividad

EJE	ACTIVIDADES	PLAZO	RECURSOS	INVERSIÓN	RESPONSABLES
1. ACCESO A INSUMOS DE CALIDAD	Generar un banco de datos que contenga información sobre insumos específicos del rubro y los proveedores.	Noviembre / Diciembre 2016	Recursos financieros y humanos	USD 3.182	SENAVE Productores IICA
	Facilitar el proceso de adquisición de productos de calidad así como el registro de los mismos.	Octubre 2016	Gestión		SENAVE
	Incluir la información generada en la página web de SENAVE, MAG e IICA.	Diciembre 2016	Gestión	USD 4.364	SENAVE IICA MAG
2. DESARROLLO DE TECNOLOGÍA, Y TRANSFERENCIA	Instalar una parcela demostrativa.	Enero 2017 (durante 5 años)	Recursos financieros, RRHH, insumos, infraestructura, tecnología, mano de obra.	USD 100.000 USD 50.000 USD 33.000	Productor Leguizamón MAG/DEAg IICA
	Organizar actividades de campo con viveristas de referencia.	A partir de Octubre 2016	Recursos financieros, transporte, logística.	USD 1.455 USD 1.091	Productor Roberto López MAG/DEAg IICA
	Organizar capacitaciones y charlas técnicas para productores sobre cómo mejorar la calidad y aumentar la productividad.	Octubre 2016 (Inicial de octubre a diciembre 2016 tres capacitaciones)	Recursos financieros, RRHH y logística.	USD 1.211 USD 4.509	MAG/DEAg FCA, SENAVE, IPTA IICA
	Capacitar a productores, comerciantes e importadores sobre procedimientos de gestión para la comercialización (desarrollo de nuevos productos o diferentes presentaciones que permitan desarrollar mercados).	Febrero 2017	Recursos financieros, RRHH, logística	USD 8.340 USD 282	MAG/DEAg FCA, SENAVE, IPTA, ADUANA IICA
	Elaborar manuales de producción y buenas prácticas agrícolas.	Marzo 2017	Combustible Recursos financieros, RRHH	USD 6.425	MAG/DEAg FCA, SENAVE IICA
	Capacitar a técnicos especializados en fitosanidad florícola.	Diciembre 2016	Recursos financieros, RRHH	USD 291	MAG/DEAg FCA, SENAVE IICA
	Realizar el censo de productores.	Finales de octubre, Noviembre 2016	Recursos financieros, RRHH y logística. Medios de difusión, municipalidad y gobernación.	USD 5.497 USD 145	FCA MAG/DEAg, SENAVE IICA
3. FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES	Fortalecer la Mesa de Competitividad de la Cadena.		Concreción de negocios		VMA, IICA, Productor / Comercializador: Venicio Samaniego
	Involucrar a Coop. De Producción y Ahorro y Crédito para fortalecer a las organizaciones de productores.		Gestión, RRHH	USD 1.418	MAG/DEAg VMA
	Fortalecer capacidad instalada	Octubre 2016	Gestión	USD 20.000	MAG/DEAg FCA IICA
	Fomentar el asociativismo	Marzo 2017	Gestión	USD 1.509	MAG/DEAg PPI
	Generar un banco de datos o centro de información dinámico (información sobre precios, demanda, calidad, cantidad, etc.). / Solicitar a la DC la inclusión del rubro florícola en el Sistema de Información del Mercado de Abasto.	Noviembre 2016	Gestión	USD 10.000	Dirección de Comercialización
	Elaborar un Plan Operativo Anual		Gestión	USD 10.000	VMA (Viceministro Mario León), MESA
4. FINANCIAMIENTO	Desarrollar un producto financiero específico para la floricultura.	2017	RRHH, consultorías, recursos financieros.	USD 15.000	Viceministro Mario León y Amanda León, BNF, VMA, CAH, Coop. Serrana, IICA, JICA, DGRV
	Articular financiamiento para inversión.	Noviembre 2016	Gestión	USD 13.636	VMA (Viceministro Mario León), MESA
	Capacitar a productores sobre el acceso y uso de crédito.	Febrero 2017	Recursos financieros, RRHH		CAH, DC, Coop. BNF, IICA, JICA, DGRV
				USD 291.355	

9. BIBLIOGRAFÍA

- IICA, “Situación y perspectiva del financiamiento de la cadena florícola del Paraguay – Perfil de demanda y situación de financiamiento de la cadena”. Agosto 2016.
- IICA, “Proceso para el desarrollo de la cadena florícola de Paraguay”, Diciembre 2014.
- Solano L, Dulce L., “Cadena de valor de Rosas en el mercado local”, Junio 2016.
- GTZ, Manual Value Links, Eschborn 2007.



10. ANEXOS

ANEXO N°1: Registro de participantes

SEMINARIO - TALLER PARTICIPATIVO
Planificación Estratégica de la Cadena de Florícola en el Paraguay

FECHA: 30 de septiembre de 2016
LUGAR: Sala de reuniones - Representación Paraguay

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	INSTITUCIÓN	TEL / CELULAR	E-MAIL	FIRMA
1	Marta Delgado	Carrollera Ind	0951 539967	mdelgado@ca-fines.com	[Firma]
2	Udo Rosetti Aguilar	B.N.F.	0983 919 831	udrosetti@bnf.gov.py	[Firma]
3	Mirna Rosalba Gonzalez	B.N.F.	0983 766029	mirnagonzalez@bnf.gov.py	[Firma]
4	Henry Morja	IICA	0981 300216	hmorja@ca-fines.com	[Firma]
5	Marta Bastina	IPTA	0971715871	mibastina@ipta.com	[Firma]
6	Venancio Sumariago	Versy Flores	0981 401556	venancio@versyflores.com	[Firma]
7	Juliana Camarero	MAG	0981 65397	julianacamarero@mag.gov.py	[Firma]
8	Gloria Biguel	MAG	0971 732746	gloria.biguel@mag.gov.py	[Firma]
9	Siria Cateano	MAG	0972 410593	siria.cateano@mag.gov.py	[Firma]
10	Genio Sosa	Embassy	0992 444358	genio_sosa@emb.com	[Firma]

SEMINARIO - TALLER PARTICIPATIVO
Planificación Estratégica de la Cadena de Florícola en el Paraguay

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA | Resultados FORTALECIMIENTO | IICA

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	INSTITUCIÓN	TEL / CELULAR	E-MAIL	FIRMA
11	Andrea Sumariago	Afines	0971 653890	andreasoma.93@gmail.com	[Firma]
12	Patricia Vargas	Comité Misionero	0986 200 532	[Firma]	[Firma]
13	Ernesta Rincón Escobar	Fort Panamint	0972 256178	[Firma]	[Firma]
14	Juliana Duarte	DEAg Flores	0972 589002	Juliana2230@hotmail.com	[Firma]
15	Heleno Vidorinos	Comercialización	0981 956552	heleno@hormail.com	[Firma]
16	Mirta Montiel	FCA-UNA	0944 482973	mirmontiel@gmail.com	[Firma]
17	Lourdes Romero	IPTA	0971733 706	lou.romero86@gmail.com	[Firma]
18	Julia León Alder	CAH	0981 303848	julia.leon@cah.gov.py	[Firma]
19	Roberto Lopez	EMBASSY	0982 232074	[Firma]	[Firma]
20	Eld Jamin Galeano	MAG-DINCAP	0985 795417	ingetelpamin@gmail.com	[Firma]

SEMINARIO - TALLER PARTICIPATIVO
Planificación Estratégica de la Cadena de Florícola en el Paraguay

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	INSTITUCIÓN	TEL / CELULAR	E-MAIL	FIRMA
21	Ma del Carmen Loiva	DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN	0982 271 512	Carmen.Loiva@natura.com	
22	Angelina Sabchet	DISC/SENAVE	0981 884127	angelina.sabchet@senave.gov.py	
23	Fumie Kubota	Agro-Amigos	0982 720 807	fumie.kubota@gmail.com	
24	Eligio Sanitz	Cap Semana (H. 1125)	152 306	eligitz@semana.com.py	
25	Emilio Ortega E	Coop Semana	0983 279351	emilio.ortega@101humb.com	
26	Patricia Melgareso	INIA/INIA/INIA PAG FID COMETIV	0981 705720	patricia.melgareso@mag.gov.py	
27	Diana Zorrilla	DISC/SENAVE	0981 940694	diana.zorrilla@senave.gov.py	
28	Peraldo Leguizamón	-	0981 381930	doctro.01@hotmail.com	
29					
30					



ANEXO N°2: Programa

SEMINARIO - TALLER PARTICIPATIVO Planificación Estratégica de la Cadena de Florícola en el Paraguay

Objetivos del taller

Objetivo general

Elaborar un plan estratégico para la cadena florícola del Paraguay.

Objetivos específicos

- Compartir una visión conjunta entre los actores relevantes de la cadena y los servicios públicos y privados.
- Establecer estrategias en el mediano plazo con el fin de fomentar y fortalecer el crecimiento sostenido de la cadena florícola.
- Establecer una lista corta de prioridades y una hoja de ruta de corto plazo para implementarlas, con calendarización, recursos necesarios y responsables.

La agenda del taller describe cuanto sigue:

Programa

Hora	Actividad	Responsable
08.30–09.00	Registro de participantes	Logística
09.00–09.10	Bienvenida	Representante del IICA en Paraguay
09.10–09.20	Objetivos del Evento:	Facilitador
09.20–10.00	Presentación de las perspectivas de la cadena desde su rol o posición y expectativas de los asistentes.	Asistentes
10:00 - 10.10	Explicación de la metodología del taller	Facilitador
10.10–10.20	Refrigerio	Todos
10.20–10.50	Revisión del mapeo actual de la cadena florícola.	Facilitador
10.50–11.20	Revisión y validación del análisis FODA.	Facilitador, Consultor IICA y asistentes
11.20–12.30	Definición de la Visión y cuál va a ser la Estrategia de mejora, definición del objetivo.	Facilitador, Consultor IICA y asistentes
12.30–13.30	Almuerzo	Apoyo logístico
13.30–14.30	Elaboración del Plan Estratégico en forma participativa: el plazo, actividades, recursos necesarios y responsables.	Facilitador, Consultor IICA y asistentes
14.30–15.00	Presentación en Plenaria.	Asistentes
15.00–15.15	Próximos pasos y cierre.	Facilitador y/o consultor del IICA



ANEXO N°3: Fotografías del taller participativo



