



**INFORME DE JORNADAS PARA  
LA PLANIFICACION ESTRATEGICA DE \***

# **Paraguay Orgánico**

## **2018-2023**

**30 y 31 de mayo 2018**  
Hotel Los Lagos, San Lorenzo

**Consultores:**

- Econ. José Félix Bogado Tábacman, M.Sc.
- Arq. Romy Vaesken Tribucio.

# Contenido

I.	Introducción.....	3
II.	Objetivo general de la Consultoría .....	3
III.	Objetivos específicos:.....	3
IV.	Participantes de la jornada estratégica.....	4
V.	Paraguay Orgánico en el 2023 .....	5
VI.	Visión, Misión y Principios de Paraguay Orgánico.....	8
VII.	Análisis del entorno externo: Oportunidades y Amenazas .....	8
VIII.	Análisis de la situación interna: Fortalezas y Debilidades .....	9
IX.	Problemas Críticos y/o Principales Desafíos.....	10
X.	Cómo se enfrentará los problemas críticos o grandes desafíos .....	10
XI.	Objetivos Estratégicos .....	13
XII.	Mapa Estratégico .....	13
XIII.	Cuadro de Mando Integral.....	14
	ANEXO: Agenda de la Jornada Estratégica .....	15

## **I. Introducción**

El presente informe, contiene el resultado de las Jornadas Estratégicas realizadas en el marco del Proyecto de **“Fortalecimiento organizacional para promover la agricultura orgánica como medio para mejorar los medios de subsistencia en Paraguay”** con apoyo de la IAF – Fundación Interamericana. Las actividades fueron realizadas conjuntamente a las organizaciones que forman parte de PARAGUAY ORGÁNICO.

La Asociación Paraguay Orgánico es una nucleación de varios sectores, conformada por 24 entidades: 14 organizaciones de pequeños productores, 3 ONGs y 7 empresas, que tiene como fin la promoción de la producción orgánica para el desarrollo del sector, bajo el esquema de cadena de valor, el cual incluye la producción, transformación y consumo, así como la provisión de los servicios de apoyo y el acceso con ventajas al mercado. Se fundó en el año 2010 y ahora se plantea nuevos desafíos para la auto sostenibilidad.

El presente INFORME constituye el Resultado de las Jornadas Estratégicas del 30 y 31 de mayo en el Hotel Los Lagos, Capiatá.

Los talleres contaron con la participación activa de 29 personas, representantes de organizaciones y asociaciones, al igual de empresas y representantes de la cooperación.

Posteriormente en fecha 3 de julio se realizó una reunión con el Consejo Directivo en el cual se revisó y se realizó diversos ajustes y precisiones a una versión preliminar del Plan, mismos que fueron incorporados a esta versión final.

## **II. Objetivo general de la Consultoría**

El **objetivo general** de la consultoría es facilitar el proceso de construcción participativa de la Planificación Estratégica 2018 - 2020 de la Asociación Paraguay Orgánico.

## **III. Objetivos específicos:**

- 1.** Construir de forma participativa los diferentes escenarios y desafíos que enfrentará la Asociación en los próximos tres años.
- 2.** Definir de manera participativa la misión, visión, objetivos estratégicos, principios y valores de la Asociación Paraguay Orgánico.
- 3.** Formular las líneas de acción/estrategias de trabajo de la Asociación en base a los objetivos.
- 4.** Diseñar un Plan de Seguimiento que incluya indicadores de desempeño (proceso) y de impacto institucional (cambios)

#### IV. Participantes de la jornada estratégica

	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>ORGANIZACIÓN</b>
1	<b>Álvaro Ramos</b>	FIDA MERCOSUR
2	<b>América González</b>	FAO
3	<b>Carmen Figueras</b>	Moringa Guaraní
4	<b>Christian Stewart</b>	TRUVALU
5	<b>Cinthia Fleitas</b>	Tierra Nueva
6	<b>Daniela Solís</b>	Paraguay Orgánico
7	<b>Darío Staple</b>	DC/MAG
8	<b>Diego Cabral</b>	CORA
9	<b>Diosnel Morel</b>	Central de Cooperativas
10	<b>Emilio Aquino</b>	FCA/UNA
11	<b>Ewald Huber</b>	Cooperativas Yegros
12	<b>Fernando Melgarejo</b>	OCRC
13	<b>Francisco Isaac Moreno</b>	Central de Cooperativas
14	<b>Genaro Ferreira</b>	APRO
15	<b>Hebe González</b>	Alter Vida
16	<b>Hugo Camacho</b>	FECOPROD
17	<b>Juanita Caballero</b>	DEAG/MAG
18	<b>Julián Irala</b>	ACAO
19	<b>Julián Lezcano</b>	Cooperativa CITRICOOP
20	<b>Luis Piris</b>	CEARD
21	<b>Margarita Duarte</b>	GRANULAR
22	<b>Mavi Ríos</b>	Paraguay Orgánico
23	<b>Montserrat Fernández</b>	Paraguay Orgánico
24	<b>Pedro Vega</b>	Asociación OÑOIRÚ
25	<b>Ricardo Amarilla</b>	Asociación OÑOIRÚ
26	<b>Rubén Rolón</b>	IAF
27	<b>Sergio Cantero</b>	BIOEXPORT
28	<b>Yhelsom Huespe</b>	CLAC/Comercio Justo
29	<b>Zunilda Aguilera</b>	OCDE
30	<b>Romy Vaesken</b>	Estrategia BSC
31	<b>José Félix Bogado Tábacman</b>	Estrategia BSC

## V. Paraguay Orgánico en el 2023

Como visualizamos a PARAGUAY ORGANICO en el 2023 asumiendo que se hagan realidad los diversos objetivos que se propongan.



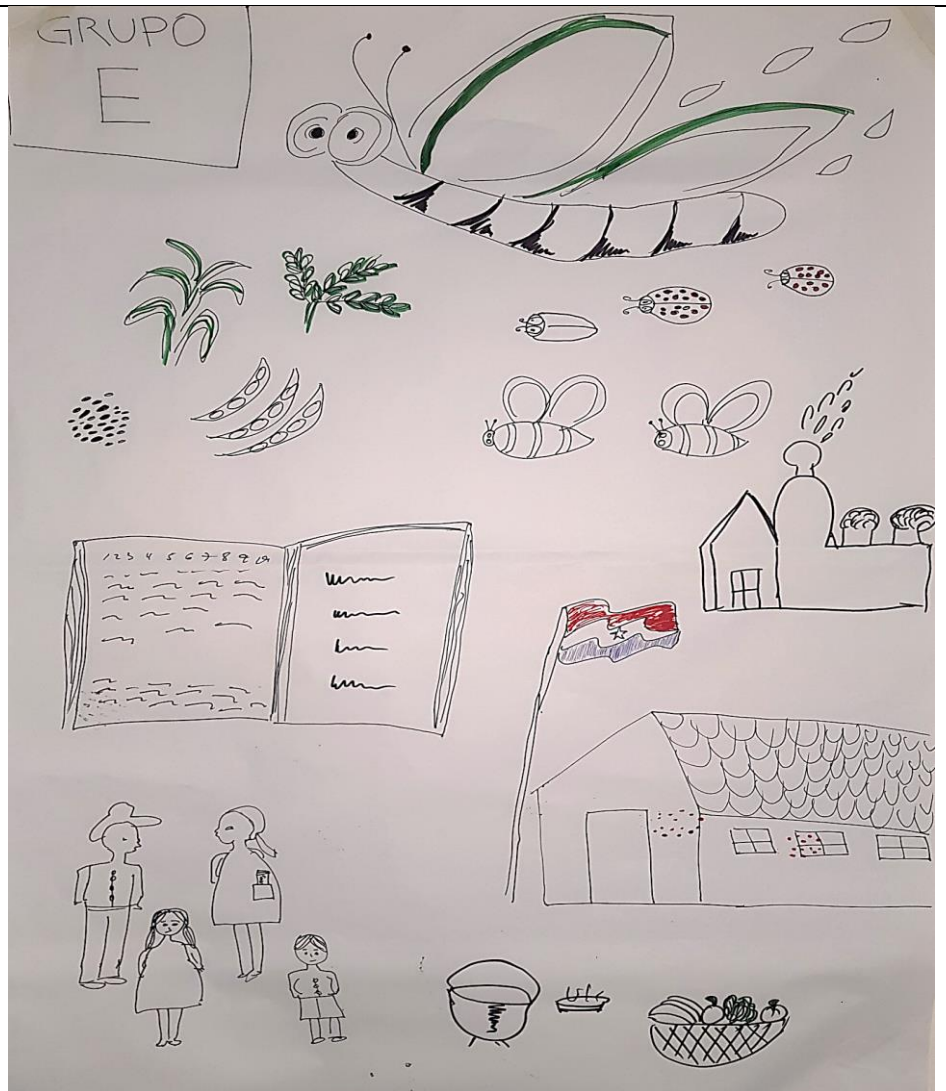
### RESULTADOS DE LOS TRABAJOS EN EQUIPO:

<p><b>Grupo A</b></p> <p><b>Visión 2023</b></p> <p>Ser una Entidad de</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Referencia</li> <li>- Garantía</li> <li>- Sostenibilidad para el 2023</li> </ul>	<p>Capitalizarnos</p>
<p><b>Grupo B</b></p> <p><b>Visión 2023</b></p>	

<p><b>Grupo C</b></p> <p><b>Visión 2023</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>VISIÓN 2023</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organización fortalecida con socios comprometidos con los Objetivos</li> <li>2. Organización líder en la producción y promoción orgánica y agro ecológica</li> <li>3. Desarrollo integral de la organización y sus asociados</li> <li>4. Proveer servicios de calidad en la actualización de informaciones del ámbito organizacional, comercialización y de tecnología</li> <li>5. Disponer de un centro de investigación regional, para validación de tecnología apropiada y adecuada. Zonificación agroecológica</li> </ol>
<p><b>Grupo D</b></p> <p><b>Visión 2023</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>VISION 2023</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Institucionalidad fortalecida</li> <li>2. Sostenibilidad financiera, incremento de su patrimonio</li> <li>3. Fortalecer los servicios para generar ingresos</li> <li>4. Técnicos capacitados con equipamiento adecuado</li> <li>5. +</li> <li>6. Reconocida por su confiabilidad</li> <li>7. Organización articulada y trabajando conjuntamente con institucion educativas y otros sectores</li> <li>8. Paraguay Orgánico cumple su ROL (articulador de la oferta con la demanda), en un ambiente institucional adecuado, es decir MAG – promueve producción, SENAVE y SENACSA controlan – INAN normas técnicas</li> <li>9. PY ORGÁNICO , posibilita agregado de valor a productos</li> <li>10. Expansión de SPG</li> <li>11. Se posiciona como un sello de certificación</li> <li>12. PY ORGÁNICO en plataformas regionales en aspectos comerciales y técnicos</li> </ol>

## Grupo E

### Visión 2023



## Grupo F

### Visión 2023

#### 1. COMO UNA GRAN UNIDAD DE INTELIGENCIA DE MERCADO

- Identificación y caracterización de la DEMANDA - operadores, mecanismos condiciones,
- Identificación y Caracterización de la OFERTA- localización, características, calidad, cantidad, disponibilidad
- Comportamiento de los PRECIOS y el CLIMA

#### 2. SPG

- Asistencia a organizaciones para cumplir con requerimientos y condiciones de los controles
- Hacer VOLUMEN y concentrar OFERTA CERTIFICADA

#### 3. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

- Relación entre los asociados
- Incorporar nuevos asociados
- Capitalización

## VI. Visión, Misión y Principios de Paraguay Orgánico

Tomando como base las declaraciones anteriores de Misión, Visión y Principios de la Asociación, los equipos analizaron y plantearon sus propios puntos de vista para luego consensuar de manera unánime en las siguientes declaraciones:

### Misión

**Fortalecer el sector productivo orgánico para mejorar el acceso a mercados nacionales e internacionales de forma competitiva, ofreciendo productos con estándares de alta calidad**

### Visión

**El reconocimiento de Paraguay como país productor y consumidor de orgánicos que contribuye a generar oportunidades económicas a nivel local y regional, con un interés social y ambiental.**

### Principios

- **Compromiso de todos los asociados con los valores y principios de la producción orgánica**
- **Sinergias que crean alianzas a largo plazo**
- **Sostenibilidad social, ambiental y económica**
- **Fortalecimiento de la organización de productores**
- **Mejoramiento de las condiciones de vida de las familias campesinas a nivel nacional**
- **Comercio Justo y Ético**
- **Equidad de Género**
- **Autonomía y toma de decisiones en base a la construcción de consensos**

## VII. Análisis del entorno externo: Oportunidades y Amenazas

Oportunidades	Amenazas
Creciente conciencia de la importancia para la salud del consumo de productos orgánicos.	Tendencia a la reducción de los recursos provenientes de la Cooperación Internacional
Demanda creciente e insatisfecha de productos agro-ecológicos (frutas y hortalizas, hasta productos certificados para exportación)	Escasa importancia de lo orgánico y agro-ecológico dentro de las políticas del Estado. Instituciones responsables no cumplen con su función. Debilidad en los controles. Falta de asistencia técnica, apoyo en tecnología e infraestructura. .
Certificación a través de SPG para ser reconocidos como alimentos sanos	Reducción de los trabajadores del campo. Nueva generación migran en busca de nuevas oportunidades.
Venta en Ferias Locales	Suelos muy degradados
Facilidad para el acceso a todo tipo de información (técnica, comercial, ...) a través de internet	Cultura del “vaí vaí”, “asi nomas”, del peichante, de la falta de calidad, que dificulta también el cumplimiento de los estándares de lo orgánico.



Requerimientos de los servicios de inteligencia de mercado por los productores	Escaso cumplimiento del marco legal ambiental. Masiva deforestación de los bosques.
Gran desarrollo de las redes sociales que puede constituirse en un canal gratuito a través de lo cual se promociona la organización y la producción orgánica	Dificultad de acceso a los mercados locales (por ejemplo: para llevar a las ferias locales se debe trasladar 30 a 50 kilómetros. Si la venta no resulta buena, genera pérdidas)
	Falta de educación agro-ecológico tanto por parte de los productores como de los consumidores.  Falta mayor presencia y visualización de la producción orgánica del Paraguay en el ámbito internacional

### VIII. Análisis de la situación interna: Fortalezas y Debilidades

Fortalezas	Debilidades
Reconocimiento nacional e internacional como referente de producción orgánica en Paraguay	Falta de sostenibilidad financiera
Organización que aglutina a los tres sectores (productores , ONGs, empresas)	Socios poco comprometidos con los principios de la producción orgánica (sólo tienen interés en aprovechar oportunidades de mercado)
Toma de decisiones en base a la construcción de consensos	Morosidad en el pago de cuotas
Organización conformada por un equipo altamente eficiente y eficaz	Escasa o nula “captura” de valor por su participación en la cadena de producción orgánica
Capacidad de desarrollar y gestionar proyectos de producción orgánica (U\$.2.400.000)	Escasa consolidación como institución independiente de las personas (Caso de la Gerente Daniela Solís)
Capacidad en la formulación de proyectos, ofrecido como servicio a otras entidades para la generación de recursos	Falta de un equipo técnico permanente para cumplir con las diversas funciones asignadas: inteligencia de mercado, asistencia técnica, seguimiento y control (auditoría)
Capacidad de ejecutar proyectos para otras entidades con costos competitivos (p.ej. Itaipú)	Falta de movilidad propia (se debe alquilar vehículos a un alto costo)
Conocimiento y Experiencia adquirida en todo el ámbito de lo orgánico y agro-ecológico	
Disponibilidad de software de trazabilidad	

## IX. Problemas Críticos y/o Principales Desafíos

De todas las variables externas (Oportunidades y Amenazas) e internas (Fortalezas y Debilidades) se priorizaron aquellos que se considera como los problemas más críticos o grandes desafíos que Paraguay Orgánico deberá enfrentar de cara a los próximos años.

Resultado en orden de prioridad	<b>PROBLEMAS CRITICOS O GRANDES DESAFIOS</b>
1	<b>SOSTENIBILIDAD. CAPITALIZACION. INCREMENTO DE SU PATRIMONIO.</b>
2	<b>MEJORAR LA COMUNICACIÓN: VISIBILIDAD INTERNA Y EXTERNA. POSICIONAMIENTO.</b>
3	<b>FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN (no depender de personas)</b>
4	<b>INCORPORACION DE MAS SOCIOS ACTIVOS</b>
5	<b>CONTAR CON UN EQUIPO DE TECNICOS CAPACITADOS, con equipamiento adecuado para asistencia técnica, inteligencia de mercado, seguimiento (auditoría)</b>
6	<b>EXPANSION DE SPG</b>
7	<b>CONTAR CON UNA GRAN UNIDAD DE INTELIGENCIA DE MERCADO.</b> Identificación y Caracterización de la Oferta, ídem de la Demanda, Comportamiento de precios. Clima.
8	<b>MEJORAR LA ALIANZA CON EL ESTADO, INCIDENCIA EN LAS POLITICAS DE ESTADO.</b>
9	<b>CONSOLIDAR y profundizar el rol de MESA DE NEGOCIOS</b>
10	<b>PARTICIPACION EN PLATAFORMA REGIONALES EN ASPECTOS TECNICOS Y COMERCIALES.</b>

## X. Cómo se enfrentará los problemas críticos o grandes desafíos

<b>PROBLEMAS CRITICOS Y GRANDES DESAFÍOS</b>	<b>LINEAS DE ACCION</b>
<b>1. SOSTENIBILIDAD, CAPITALIZACION, INCREMENTO DE SU PATRIMONIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar la venta de servicios, desarrollando nuevos servicios y ampliar los actuales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar el sistema de aporte con vista a facilitar los pagos.</li> <li>• Introducir una cuota de ingreso</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobrar comisiones sobre acuerdos comerciales logrados a través de Py. Orgánico (mesa de negocios)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en la cadena de valor en actividades no cubiertas por los socios (p.ej. provisión de kits para horticultura.</li> </ul>
<b>2. MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, MAYOR VISIBILIDAD Y</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales, intensificar el uso de redes sociales</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar boletín informativo mensual (incluir noticias actuales, que despierten la atención).. Ampliar la distribución a medios de comunicación</li> </ul>

<p><b>MEJOR POSICIONAMIENTO</b></p>	<p>masivo, embajadas, empresas internacionales, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener presencia en los medios de comunicación (entrevistas, artículos, noticias, etc.)</li> <li>• Realizar eventos que permitan dar visibilidad y posicionar a Py Orgánico (p.ej. Ferias de Productos Orgánicos, Seminarios Internacionales, Conferencias, etc.</li> <li>• Formar Grupos de WhatsApp.</li> </ul>
<p><b>3. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN</b> (no se incluye:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento financiera</li> <li>• Comunicación interna y externa</li> <li>• Equipo Técnico</li> <li>• Incorporación de más socios activos</li> </ul>           Que también hacen al fortalecimiento institucional)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar la estructura organizacional. Sub Gerencia. Responsables de las nuevas unidades: i) Inteligencia de Mercado ii) SPG iii) Asistencia Técnica iv) Mesa de Negocios v)de Comercialización y Distribución</li> <li>• Elaborar e implementar un plan operativo</li> <li>• Contar con infraestructura, equipamiento y movilidad necesaria para el desarrollo de las actividades.</li> <li>• Hacer reuniones virtuales</li> <li>• Reuniones informativas regionales, periódicas</li> <li>• Desarrollar actividades que involucren a los miembros (socios) a nivel regional – propiciar mayor relación entre los asociados, organización de seminarios y eventos.</li> <li>• Sistematizar las experiencias de los proyectos y productores, de modo que sirva para replicar y presentar en foros, seminarios y otras actividades regionales.</li> </ul>
<p><b>4. INCORPORACION DE MAS SOCIOS ACTIVOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un mapa de potenciales socios e iniciar un plan de acercamiento y expansión</li> <li>• Elaborar un plan de Captación de nuevos socios activos</li> <li>• Usar las redes sociales para atraer a potenciales interesados (ofrecer acceso a mercados, etc.)</li> </ul>
<p><b>5. CONTAR CON UN EQUIPO DE TECNICOS CAPACITADOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con una Coordinación de Asistencia Técnica.</li> <li>• En una primera fase, desarrollar la red de técnicos para ofrecer los diversos servicios (evitando la contratación de personal permanente).</li> <li>• Más adelante cuando se tenga una demanda de carácter permanente contar con equipo propio de técnicos.</li> <li>• Crear alianzas con la extensión pública y sector académico</li> <li>• Capacitar a técnicos de las empresas y organizaciones</li> <li>• Fortalecer las capacidades de los mismos técnicos de las empresas o productores para que éstos sean apoyo técnico en otras fincas</li> </ul>
<p><b>6. EXPANSION DE SPG</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuentro de las organizaciones, instituciones y potenciales interesados. 8 de agosto 2018.</li> <li>• Realizar el mapeo de lo que se tiene en el país en materia de SPG.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se define la política nacional con las instituciones (si va a ver un sello único)</li> <li>• Hacer seguimiento con evaluaciones de modo a ir ajustando y desarrollando las alternativas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de información sobre qué significa el sello SPG</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en forma conjunta con el sector público y académico</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia a organizaciones para cumplir con los requerimientos y condiciones de los controles</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer VOLUMEN y concentrar OFERTA CERTIFICADA</li> </ul>
<b>7. CONTAR CON UNA GRAN UNIDAD DE INTELIGENCIA DE MERCADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación y caracterización de la DEMANDA - operadores, mecanismos condiciones,</li> <li>• Identificación y Caracterización de la OFERTA- localización, características, calidad, cantidad, disponibilidad</li> <li>• Comportamiento de los PRECIOS y el CLIMA</li> </ul>

## SOSTENIBILIDAD

### 1. Ampliar la venta de servicios actuales:

- Formulación de proyectos para otras entidades
- Ejecución y seguimiento de proyectos para otras entidades (p.ej. Itaipú)
- Provisión de servicios de asistencia técnica
- Capacitación

### 2. Desarrollar nuevos servicios

- Estudios de mercados específicos
- SPG
- Seminario (Congreso) anual de Paraguay Orgánico
- Servicio de Trazabilidad
- Servicios de información estadística
- Mesa de negocios/ferias/campañas agrícolas
- Organizar la participación en Ferias Internacionales
- Ofrecer servicios de laboratorios a tarifas preferenciales

### 3. Revisar el mecanismo de los aportes:

- Aumento en el número de socios activos
- Mantener una cuota accesible
- Facilitar el pago (trimestral, giros, etc.). Descuento al contado. 300 mil trimestral o 1.000.000 al contado.
- Cuota de ingreso: Gs.1.200.000 (contado)

### 4. Gestionar la obtención de recursos de organizaciones y organismos de cooperación

## XI. Objetivos Estratégicos

### Perspectiva de la Sostenibilidad Financiera

1. Ampliar la Generación de ingresos por los actuales servicios
2. Generar ingresos de nuevos servicios
3. Mejorar los mecanismos para recaudar aportes
4. Obtener Recursos de la Cooperación Internacional y otras fuentes

### Perspectiva de Procesos Internos

5. Impulsar la implementación de SPG
6. Mejorar la comunicación interna y externa
7. Contar con infraestructura, equipamiento y vehículo
8. Profundizar Mesa de Negocios
9. Participar en Plataformas Regionales

### Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento

10. Contar con Profesionales Técnicos Calificados
11. Desarrollar Inteligencia de Mercado
12. Fortalecer la estructura organizacional

## XII. Mapa Estratégico

### MISSION

Fortalecer el sector productivo orgánico para mejorar el acceso a mercados nacionales e internacionales de forma competitiva, ofreciendo productos con estándares de alta calidad

### VISION

El reconocimiento de Paraguay como país productor y consumidor de orgánicos que contribuye a generar oportunidades económicas a nivel local y regional, con un interés social y ambiental.



Perspectiva de la sostenibilidad financiera

Ampliar la generación de ingresos por actuales servicios

Generar ingresos con nuevos servicios

Mejorar los mecanismos para recaudar los aportes

Obtener Recursos de la Cooperación Internacional y otras fuentes

Perspectiva de Procesos Internos

Impulsar implementación de SPG

Mejorar la comunicación interna y externa

Contar con infraestructura, Equipamiento y Vehículo

Profundizar Mesa de Negocios

Participar en Plataformas Regionales

Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento

Gestión de Personas

Contar con Profesionales Técnicos Calificados

+

Gestión de la información

Desarrollar Inteligencia de Mercado

+

Gestión organizacional

Fortalecer la estructura organizacional

### XIII. Cuadro de Mando Integral

Perspectivas	Objetivos	Indicadores Variación en relación al mismo período del año anterior	Meta 2do. Sem. 2018	Meta 2019	Iniciativas o Programas de Acción
Perspectiva de la Sostenibilidad Financiera	Aumentar los ingresos por los actuales servicios	% de aumento en ingresos por venta de actuales servicios	>10%	>30%	Programa de desarrollo de servicios actuales : - Formulación de proyectos para otras entidades - Ejecución y seguimiento de proyectos para otras entidades (p.ej. Itaipú) - Provisión de servicios de asistencia técnica - Capacitación
	Generar ingresos con nuevos servicios	% de participación de los nuevos ingresos en el total de ingresos	>10%	>20%	Programa de desarrollo de nuevos servicios: -Estudios de mercados -SPG -Congreso anual -Servicio de Trazabilidad -Servicios de información estadística -Mesa de negocios/ferias/campañas agrícolas -Organización de participación en Ferias Internacionales
	Mejorar los mecanismos para recaudación de aportes	% de incremento en ingresos por aportes	>10%	>20%	- Programa de captación y retención de socios activos - Revisión de los mecanismos de aportes
	Obtener Recursos de la Cooperación y otras fuentes	% de aumento en ingresos de Cooperación y otros	----	>10%	Programa de gestión con la cooperación internacional y nacional
Perspectiva de Procesos	Impulsar implementación de SPG (Sistemas participativos de Garantía)	Grado de implementación del SPG	-----	>90%	Programa de promoción de SPG
	Mejorar la comunicación interna y externa	% de avance en el Plan Comunicacional	>70%	>80%	Plan comunicacional
	Participar en plataformas regionales	No. Participaciones en plataformas regionales	1	3	Programa de participación en plataformas regionales
	Contar con infra-estructura, equipamiento y vehículo	% de adquisiciones ejecutadas en relación a las programadas	----	>70%	Plan de adquisiciones
	Profundizar Mesa de Negocios	No. Rueda de negocios realizadas	2	6	Programa de Mesa de Negocios
Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento	Contar con profesionales y Técnicos calificados	Disponibilidad de RRHH calificados según lo programado	----	>70%	Programa de captación y capacitación de RRHH competentes
	Desarrollar Inteligencia de Mercado	Grado de avance en el Plan de implantación de la UIM	----	>80%	Plan de Desarrollo de la Unidad de Inteligencia de Mercado (UIM)
	Fortalecer la estructura organizacional	Grado de implementación del plan de desarrollo organizacional	----	>80%	Plan de desarrollo organizacional

# ANEXO: Agenda de la Jornada Estratégica

## MIÉRCOLES 30 de mayo

13:00 hs. Registro de participantes

13:30 hs Palabras de Bienvenida a cargo del Presidente de Paraguay Orgánico

13:45 hs.



Actividad en el bosque, “Las tres relaciones” (Ice Breaker).

15:00 hs. **PARAGUAY ORGANICO. A 8 años de su creación.**

Presentación a cargo de Daniela Solís. Gerente de Paraguay Orgánico  
Preguntas y Respuestas. Intervenciones en plenaria.

## MODULO I: INTENCIONALIDAD ESTRATEGICA

15:30 hs .



Trabajo en Equipo

**Viaje al Futuro.** Paraguay Orgánico en 2023. Cada equipo desarrolla una visión de futuro y lo plasma en una hoja de sulfito. Luego cada equipo comparte su visión de futuro con los demás equipos.

16:20 **Validación de la Misión, Visión y Valores de Paraguay Orgánico.**

Trabajo en Equipo

Plenaria: se presenta los resultados y se consensua los cambios a las declaraciones de MVV.

17: 00 **Cocido Break**

## MODULO II: SITUACION ACTUAL DE PARAGUAY ORGANICO

17:20 **Presentación: Situación Actual de Paraguay Orgánico**



Trabajo en Equipo: .Definición de Principales Fortalezas y Debilidades.  
Presentación de los resultados en Plenaria.

19:00 hs. Descanso



20:00 hs. **Cena en el Quincho. Show de Talentos.**

Cada equipo presenta un número: musical, teatro, sketch, magia, danza típica, zumba...

**JUEVES 31 de mayo**

**MODULO III – PRINCIPALES TENDENCIAS DEL MOVIMIENTO AGROECOLOGICO EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE.**

**8:00 hs. Video Conferencia.**

**Laercio Meirelles: Agricultura ecológica en América Latina y el Caribe: por dónde vamos?**

**8:40 hs. Emilio Aquino.**

**Presentación Estudio de la UNA: “Perspectiva de rubros de Agricultura Familiar”**

10: 20 Cocido Break

**MODULO IV: SITUACION ACTUAL DE PARAGUAY ORGANICO**

**10:40hs. Alvaro Ramos**

Los desafíos de Paraguay Orgánico para los próximos años

**11:40 hs. Definición de los Problemas Críticos y Grandes Desafíos de Paraguay Orgánico para los próximos años.**

Trabajo en Equipo

En plenaria se exponen los trabajos de los equipos. Se hace una priorización quedando definido por consenso un máximo de 5-7 desafíos.

12:30 Almuerzo

**13:30hs. Como enfrentar los Problemas Críticos y Grandes Desafíos.**

**Principales líneas de acción para los próximos años.**

Trabajo en Equipo y Plenaria.

**15:00hs. Evaluación y Cierre de la Jornada**

**15:30hs. Tour de Eco-Aventura** (actividades que se realizan en medio de los árboles: tirolesa, puentes colgantes, descenso en cuerdas).

**16:30hs. Retorno**