

## V. CONCLUSIONS

The study carried out characterizes the commercialization systems with country level geographical and depth covering. Thirteen agricultural items such as vegetables, fruits, beans and manioc were included in the study.

The primary information on which the results are based correspond to Gran Asunción, Ciudad del Este and Encarnación, main areas of consumption of Paraguay. The work delineates a consumers' profile in function to their preferences for purchase places. The results obtained constitute basic information for planning and to implement actions and strategies toward the improvement of the distribution and commercialization systems of the items analyzed.

It is important to mention that the country has a faulty system of official registrations of commercialization and that the majority of the commercialization agents doesn't have systematized and reliable data. Therefore, the volumes and values presented in the study are estimates based on data registered officially, and data obtained through semi-structured interviews carried out with the different commercialization agents in the main areas of consumption of Paraguay, Foz of Yguazú (Brazil) and Posadas (Argentina).

The characterization of the commercialization and distribution by area of the items studied indicate that Gran Asunción is the main area of gathering of perishable agricultural products in the country. The study confirms that DAMA is the main receiver and distributor of the products, especially through wholesalers that are in its area or surroundings. The wholesalers market a total volume estimated in 373.300 tons representing an annual monetary flow of approximately 433.000 millions of Guaraníes.

On the other hand, the volume marketed in Gran Asunción represents a high proportion in relation to the total volume of the country, consequently it would be important to have an appropriate and systematic registration of the volume marketed in DAMA. Furthermore, it will be interesting to register the volumes marketed by wholesalers located at DAMA surroundings. These actions will allow obtaining appropriate information about the commercialization and distribution of the studied items.

Other study area were the study were carried out is Encarnacion. It is important to highlight that Encarnación is characterized by a commercialization flow of agricultural products studied with a relatively low volumes in comparison to Gran Asuncion's; the total volume marketed in Encarnación is in the order of 27.000 tons, valued approximately 27.400 millions of Guaraníes. In this market wholesalers gather important volumes for the area and they redistribute it to retailers including the supermarkets.

Similarly, the area of Ciudad del Este is characterized for channeling low volumes of products in comparison to volumes marketed in Gran Asunción. The total volume commercialized at Ciudad del Este is around 28.000 tons, valued in around 25.300 millions of Guaraníes. The agricultural products studied in this area are acquired for the most part by wholesalers, retailers and even final consumers in Foz of Yguazú (Brazil). As consequence of this situation, the Municipal Market of Ciudad del Este decreases to be mainly a retailer market where, besides being marketed agricultural products in general, it is offered a great variety of services and articles.

An important result of the study constitutes the estimate of the volumes and values of products not registered that entered to the country mainly from Argentina and Brazil. In this

sense, the total volume estimated of not registered product that entered to Paraguay in the year 2002 reached 180.000 tons approximately. This estimate indicates that around 53% of the total volume of foreign products marketed in the country was not registered.

Among retailers, the supermarkets are important as specialized agents of commercialization, and because they market high volumes of agricultural products in comparison to other retailer agents. The supermarkets have as main suppliers wholesalers located in and around DAMA.

The supermarkets are characterized to gather big volumes of the studied items, however, the national producers are practically without possibilities of being able to carry out commercial transactions directly with supermarkets because of the inconvenience they have to negotiate considering the commercialization system adopted by supermarkets that requires constant volumes of products and future payments -until 90 days-, situation that small producers cannot sustain for long time.

On the other hand, it was determine the low commercial impact of the producer's fairs in the studied regional markets (Ciudad del Este and Encarnación). In general fairs are characterized for marketing low volumes of products. The study estimated that producer's fairs trade approximately a total of 4.800 tons of the analyzed items, therefore, fairs need to be strengthen because they can be transformed in an alternative commercialization channel for national producers.

The analysis of the studied products denotes the share of big volumes of foreign products in the national market. In this sense, some items -for example potato and onion- are almost exclusively of foreign origin because the national production is insignificant. On the other hand, national products such as watermelon, melon, tomato and pepper -due to their high seasonality, are supplied only few months of the year, allowing massive entrance of foreign products to cover the deficit of the national products quantity.

The interviews carried out during the work indicate that certain national products such as carrot are more perishable than those of foreign origin, indicating that the cultivated varieties don't have resistance in the period of postharvest, thus it would be interesting to investigate new varieties and treatments of more appropriate manipulation to improve this aspect. On the other hand, during certain months oversupply of items exists, showing the necessity of a better planning of the production with the purpose of to assure the sale of the producers and to obtain a period of more lingering production of these items.

Other conclusions of the study refer to that have not registered advances as for the standardization and demand of norms of quality for the delivery and commercialization of the perishable products, the supermarkets that are characterized to have high standards of quality for the sale of their products, even receive the agricultural products without considering the same standards of quality that use for the other items, at most they carry out a visual inspection of the products.

Little advance is observed as for the classification of the products, the wholesalers expressed the necessity that the producers carry out the classification of their products to facilitate the commercialization, avoiding manpower costs and winning time in the sale, crucial aspects for a quick commercialization of highly perishable products.

The study concludes that problems don't exist in the readiness of means of transport when mobilizing the products, especially the wholesalers have enough quantity of vehicles, but not yet they have acclimatized vehicles that they avoid to break the chain of cold, necessary for certain products. The cost of the transport, however, it is an important expenditure for the marketing agents increasing the price of the products that arrives to the other links of the commercialization chains.

Regarding infrastructure for products conservation it is faulty, with the exception of the cameras for the refrigeration and maturation of bananas. On the other hand, it was observed that, in general, supermarkets have enough installed capacity for the conservation of the products. In contrast, the infrastructure readiness at level of the producers is almost null and it was not observed important investments as for systems of irrigable and hothouses, with the objective of to improve and to enlarge the offer of national products.

Consumers profile discriminated consumers according to their main reason of preference for the local of where he/she carries out purchase of agricultural items. The preference approaches, for the purchase, in supermarkets or in other establishments, differences were detected, in this sense it was found that the consumers that go to the supermarkets make it looking for bigger comfort and those that go to other establishments make it looking for better prices.

Also, family income level, the areas where families live and the main activity of the family head are important factors that impact on the preference approaches for the purchase in the local dice. This way:

- ❑ the consumers with income levels superior to 800.000 Guaraníes prefer to carry out their purchases in supermarkets, while those with income level inferior to 800.000 Gs. prefer to buy in other establishments.
- ❑ the housewives prefer to buy the agricultural products studied in establishments different to the supermarkets.
- ❑ Considering the areas where the families live it stands out the preference similarities among those that live in the Metropolitan Area and in Encarnación to buy in supermarkets.

Finally, at the moment to decide the purchase of fruits and of vegetables, the most important factor for families with income levels inferior to 1.500.000 Guaraníes is the price.

# *ANNEXES*

## **ANEXO A**

### **Cuadro A-1: Guía para entrevista con productores.**

#### **1. Ubicación**

Departamento:

Distrito:

Localidad:

#### **2. Datos del entrevistado**

Nombre:

Edad:

#### **3. Actividad del entrevistado**

Productos que comercializa:

Años de experiencia en la producción de los rubros mencionados:

Volumen anual de venta:

Costos Unitarios de Producción:

A quien vende el producto:

Lugar de entrega:

##### **a) En Finca**

- Forma de embalar:
- Precio de venta:
- Forma de pago

##### **b) Venta fuera de la Finca (especificar):**

- Lugar de venta:
- Forma de embalar:
- Costos (transporte, personal, comisión por ventas, otros):
- Precio de venta:
- Forma de pago:

Criterios para decidir el rubro a producir:

Cómo se informa de los precios de venta:

Principales problemas para la producción y comercialización de sus productos:

**Cuadro A - 2: Guía para entrevista con acopiadores**

**1. Ubicación**

Departamento:

Distrito:

Localidad:

**2. Datos del entrevistado**

Nombre:

Edad:

**3. Actividad del entrevistado**

Productos que acopia:

Origen de los productos (distancia):

Forma de recepción de los productos (en bolsas, a granel, etc.):

Volumen Anual de Ventas:

Precio de Compra:

Costos de almacenamiento:

Forma de pago:

Lugar de venta:

Precio de venta:

Forma de pago:

Principales problemas en el acopio:

**Cuadro A- 3: Guía para entrevista con transportistas**

**1. Ubicación**

Departamento:

Distrito:

Localidad:

**2. Datos del entrevistado**

Nombre:

Edad:

**3. Actividad del entrevistado**

Productos que transporta:

Origen (Zona) de los productos (distancia):

Forma de transportar los productos (bolsas, cajas, a granel, etc.):

Volumen Anual de ventas:

Costos de Comercialización (combustible, personal, comisión por ventas, otros):

Quien absorbe los costos:

Precio de Compra:

Forma de pago:

Lugar de venta:

Precio de venta:

Forma de pago:

Principales problemas en el transporte:

**Cuadro A- 4: Guía para entrevista con mayoristas/minoristas**

**DATOS DEL ENTREVISTADO:** Nombre:..... (opcional)

**Rubro:**

Concepto	Valor	Observación
Volumen de Compra (Cajas/día)		
Volumen de Venta (Cajas/día)		
Precio Compra (G/kg)		
Precio Venta (G/kg)		
Lugar de Compra		
Lugar de Venta		
Forma de Pago		
Costos:		
Alquiler (mes)		
Personal permanente (n°)		
Personal permanente (valor)		
Costo Personal permanente		
Jornalero (n°)		
Jornalero (valor)		
Costo Jornalero		
Embalaje		
Flete (G/caja)		
Otros Costos		



**ANEXO B*****Lista de personas entrevistadas e institución a la que representan.***

<b>NOMBRE</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>
Ing. Agr. Miguel Kurita k.	Dirección de Mercados y OVVP Municipalidad de Asunción
Ing. Agr. Hugo Ramón Medina	DAMA – Municipalidad de Asunción
Ing. Agr. Zulema Reyes	DAMA – Municipalidad de Asunción
Ing. Agr. Blanca Centurión	Municipalidad de San Lorenzo
Sr. Santiago Peralta	Municipalidad de San Lorenzo
Ing. Agr. Oscar Meza	Dirección de Comercialización – MAG
Ing. Agr. Raúl Gómez	DC – MAG
Dr. Eduardo Feschenko	BCP
Dr. Miguel Mora	BCP
Ing. Agr. Fidelino Benítez	Dirección de Medio Ambiente Municipalidad de Ciudad del Este
Lic. Derlis Santacruz	Dirección de Medio Ambiente Municipalidad de Ciudad del Este
Sr. Federico Rodríguez	Mercado de Abasto Ciudad del Este
Sr. Jorge Brizuela	Mercado de Abasto Ciudad del Este
Sr. Valdinei Dos Santos	CEASA-Pr – Foz de Yguazú (Brasil)
Lic. Luis Ayala	DGEEC
Sr. Edilberto Domínguez	Mercado Municipal San Lorenzo
Lic. Rigoberto Orué	Departamento de Tributación Municipalidad de Asunción

(Continuación)

---

<b>NOMBRE</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>
Ing. Agr. Aldo Fanego	FUNDECA – Fundación para el Desarrollo Campesino
Sr. Wildo Salinas	Municipalidad San Lorenzo
Sr. Luis Carlos Zoria	Municipalidad Encarnación
Sr. Daniel Plese	Asociación de Supermercados
Sr. Federico Rodríguez	Mercado de Abasto Ciudad del Este
Ing. Agr. Cipriano Mendoza	Secretaría de Agricultura y Ganadería Gobernación de Ciudad del Este
Sr. Blas Aquino	Central de Productores Hortigranjeros Feriantes del Alto Paraná
Ing. Cantalicio Paredes	Gobernación de Encarnación
Sr. Rubén Darío González Sarquis	Municipalidad Encarnación
Ing. Liz Villalba	Municipalidad San Lorenzo
Sr. Santiago Pratts	Departamento de Salubridad Municipalidad de San Lorenzo
Sr. Líder Villalba	Mayorista Encarnación
Sra. Celedonia Santos	Mayorista Encarnación
Arq. Marta García	Municipalidad Encarnación
Ing. Waldino Ovelar	Dirección Defensa Vegetal MAG
Ing. Hugo Han	Departamento Social – EBY Encarnación

---

**ANEXO C**

**Formulario para encuesta a consumidores de productos agrícolas**

**ESTUDIO DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN PARAGUAY**

**1. UBICACIÓN**

Departamento: Ciudad: Barrio:

Lugar de entrevista:.....

**2. DATOS DEL/A ENTREVISTADO/A (Marque con X)**

Sexo:  Masculino  Femenino

Cuantos años tiene?  
 < 18  18 a 40  41 a 60  > 60

Qué nivel de estudio tiene?  
 ninguno  primario incompleto  secundario completo  universit. completo  
 primario completo  secundario incompleto  universit. incompleto

Qué ocupación tiene? .....

Cual es su rol dentro del ámbito familiar?  
 Madre/padre  empleado/a  otros  
 Hijo/a  vive solo/a

**3. TENDENCIAS DE CONSUMO**

Considera que el consumo de frutas y hortalizas ha disminuido en su hogar en el último año?

no  si

Si el consumo ha disminuido, indique las razones en orden de importancia (1 es el más importante)

Precio  Crisis económica  Otros (especificar).....  
 Mala calidad  Disponibilidad

Si el consumo ha aumentado indique las razones en orden de importancia (1 es el más importante)

Mayor disponibilidad  
 Precio  
 Mejor calidad  
 Otros (especificar).....

**4. GUSTO Y PREFERENCIA DE COMPRA DEL/A ENTREVISTADO/A**

Usted decide la compra de los productos horti-frutícolas?  si  no

Enumere en orden de importancia los lugares donde compra frutas y hortalizas (1: más importante...)

Supermercado  Feria  Despensa  
 Mercado municipal  Verdulería/ puesto de venta  Reparto domicil./ambulante  
 Minimercado  Otros ¿cuál).....

Por que?1).....2).....3).....4).....

De entre los productos que se enumeran a continuación, con que frecuencia y cantidad compra?

Frecuencia Producto	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Cantidad (kg/mes)	Observación
Tomate						
Pimiento						
Zanahoria						
Zapallo						
Cebolla						
Ajo						
Papa						

Observaciones:

(continuación)

Enumere en orden de importancia los criterios considerados para la compra (1: más importante,.....)

<input type="checkbox"/> Precio	<input type="checkbox"/> Tamaño
<input type="checkbox"/> Color	<input type="checkbox"/> Apariencia
<input type="checkbox"/> Presentación	<input type="checkbox"/> Otros (especificar).....

De entre los productos que se enumeran a continuación con que frecuencia y cantidad compra?

Producto	semanal	Quincenal	Mensual	Cantidad (kg/mes)	Observación
Poroto					
Arveja					

Cuales son los principales criterios considerados para calizar la compra de estos productos?:

1..... 2.....  
3..... 4.....

De entre los productos que se enumeran a continuación con que frecuencia y cantidad compra?

Producto	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Cantidad (kg/mes)	Observación
Mandioca						

Cuales son los principales criterios considerados para comprar mandioca?

1..... 2.....  
3..... 4.....

De entre los productos que se enumeran a continuación con que frecuencia y cantidad compra? (Marque)

Producto	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Cantidad (tund.- kg)	Observación
Naranja						
Piña						
Banana						
Sandía						
Melón						

Enumere en orden de importancia los criterios considerados para la compra (1: más importante,.....)

<input type="checkbox"/> Precio	<input type="checkbox"/> Tamaño	<input type="checkbox"/> Origen
<input type="checkbox"/> Color	<input type="checkbox"/> Limpieza	<input type="checkbox"/> Variedad/tipo
<input type="checkbox"/> Envasado	<input type="checkbox"/> Otros (especificar).....	

Cuántas personas viven en su hogar? (puede ser familia o no)

<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> > 7
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 6	
<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 7	

Cual es la principal actividad económica de los miembros de la familia?

Padre..... Hijo/a.....  
Madre..... Otros.....

Del total de personas que viven en su casa, cuantos tienen las siguientes edades?(Número)

<input type="checkbox"/> < 10 años	<input type="checkbox"/> 16 a 25 años	<input type="checkbox"/> 41 a 60
<input type="checkbox"/> 10 a 15 años	<input type="checkbox"/> 26 a 40 años	<input type="checkbox"/> >60

Cual es el ingreso mensual familiar, en miles de guaraníes? Sumando los salarios y otras entradas, sin importar quien los gana

<input type="checkbox"/> < 800	<input type="checkbox"/> 1,500 a 2,500	<input type="checkbox"/> > 5,000
<input type="checkbox"/> 800 a 1,500	<input type="checkbox"/> 2,500 a 5,000	<input type="checkbox"/> No sabe

Observaciones:

## ANEXO D

**Aplicación de encuesta a consumidores: datos primarios\*****2. Datos del /a entrevistado****2.1 Distribución de encuestados por sexo**

Lugar	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
Gran Asunción	103	371	474
Ciudad del este	19	101	120
Encarnación	11	89	100
<b>Total General</b>	<b>133</b>	<b>561</b>	<b>694</b>

**2.2 Distribución de encuestados por edades**

Lugar	Rango de edades					Total
	< 18	18 a 40	41 a 60	> 60	No contesta	
Gran Asunción	8	233	180	47	6	474
Ciudad del este	2	79	36	3	0	120
Encarnación	0	39	49	10	2	100
<b>Total General</b>	<b>10</b>	<b>351</b>	<b>265</b>	<b>60</b>	<b>8</b>	<b>694</b>

**2.3 Distribución por nivel de estudio**

Nivel Académico	Lugar de la encuesta			
	Gran asunción	Encarnación	Ciudad del Este	Total
Ninguno	2	1	0	3
Primario incompleto	24	1	8	33
Primario completo	73	22	20	115
Secundario completo	141	30	35	206
Secundario incompleto	97	16	25	138
Universitario completo	74	18	9	101
Universitario incompleto	52	11	15	78
No contesta	11	1	8	20
<b>Total General</b>	<b>474</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>694</b>

\* Los títulos de cada cuadro corresponden al formulario de encuesta - anexo c

**2.4 Distribución de encuestados por rol familiar**

Lugar	Rol familiar						Total
	Madre/padre	Hijo/a	Empleado/a	Vive solo/a	Otros	No contesta	
Gran Asunción	366	67	23	9	8	1	474
Ciudad del este	97	11	4	4	2	2	120
Encarnación	90	2	2	0	2	4	100
<b>Total</b>	<b>553</b>	<b>80</b>	<b>29</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>694</b>

### 3. Tendencias de consumo

#### 3.1. Tendencia de consumo de frutas y hortalizas

Lugar	Disminuyó consumo			Total
	No	Si	No contesta	
Gran Asunción	211	224	39	474
Ciudad del este	33	62	25	120
Encarnación	45	54	1	100
<b>Total</b>	<b>289</b>	<b>340</b>	<b>65</b>	<b>694</b>

#### 3.2 Razones por el cual disminuyó consumo de frutas y hortalizas por orden de importancia

##### Gran Asunción

Criterios	Precio	Mala calidad	Crisis económica	Disponibilidad	Otros	Total
	116	0	88	6	6	216
2	66	7	61	2	7	143
3	2	7	2	0	5	16
4	0	0	0	3	0	3
No contesta	40	210	73	213	206	
<b>Total</b>	<b>224</b>	<b>224</b>	<b>224</b>	<b>224</b>	<b>224</b>	

224 dijeron que "si" de los cuales "7" no contesto ningún motivo

##### Encarnación

Criterios	Precio	Mala calidad	Crisis económica	Disponibilidad	Otros	Total
	16	1	32	5	1	55
2	27	1	16	10	0	54
3	10	17	4	5	4	40
No contesta	1	35	2	34	49	
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	

##### Ciudad del Este

Criterios	Precio	Mala calidad	Crisis económica	Disponibilidad	Otros	Total
1	11	0	45	0	3	59
2	44	0	11	1	1	57
3	1	1	0	3	6	11
4	0	0	0	0	1	1
No contesta	6	61	6	58	51	
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	

62 dijeron que "si" de los cuales "3" no contesto ningún motivo

**3.3 Razones por el cual aumento consumo de de frutas y hortalizas por orden de importancia****Gran Asunción**

<i>Criterios</i>	<i>Mayor disponibilidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Mejor calidad</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
	11	6	0	93	110
2	20	11	6	6	43
3	2	4	4	2	12
4	0	0	1	1	2
No contesta	178	190	200	109	
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>211</b>	<b>211</b>	<b>211</b>	

211 dijeron que "si" de los cuales "96" no contesto ningún motivo

**Encarnación**

<i>Criterios</i>	<i>Mayor disponibilidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Mejor calidad</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
	3	1	0	32	36
2	10	1	3	3	17
3	1	1	1	0	3
No contesta	31	42	41	10	
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	

45 dijeron que "si" de los cuales "9" no contesto ningún motivo

**Ciudad del Este**

<i>Criterios</i>	<i>Mayor disponibilidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Mejor calidad</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
	2	3	3	13	21
2	7	3	1	3	14
3	1	0	1	1	3
4	0	0	0	0	0
No contesta	23	27	28	16	
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	

33 dijeron que "si" de los cuales "12" no contesto ningún motivo

#### 4. Gusto y preferencia de compra del/a entrevistado/a

##### 4.1 Usted decide la compra de productos horti-frutícolas

<i>Lugar</i>	<i>Respuesta</i>			<i>Total</i>
	<i>No</i>	<i>Si</i>	<i>No contesta</i>	
Gran Asunción	50	410	14	474
Ciudad del Este	7	113	0	120
Encarnación	6	86	8	100
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>609</b>	<b>22</b>	<b>694</b>

##### 4.2 Lugar de compra por orden de importancia

###### Gran Asunción

<i>Orden de importancia</i>	<i>Supermercado</i>	<i>Mercados</i>	<i>Minimercados</i>	<i>Feria</i>	<i>Verdulerías / puesto</i>	<i>Otros</i>	<i>Dispensa</i>	<i>Repartos domiciliarios</i>	<i>Total</i>
	291	161	1	10	1	1	7	2	474
2	115	119	24	14	9	3	58	11	353
3	8	20	4	10	7	2	75	16	142
4	2	1	3	0	4	0	3	12	25
5	0	0	0	0	0	0	2	0	2
6	0	0	1	0	0	0	0	0	1
7	0	0	0	0	0	0	0	1	1
No contestaron	58	173	441	440	453	468	329	432	
<b>Total</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	

1 no contesto nada





### 4.3 Por qué compra productos horti-frutícolas en supermercados, mercados, despensas, etc.

#### Gran Asunción

<i>Criterios</i>	<i>Orden de importancia</i>			
	1	2	3	4
Precio	158	86	28	4
Comodidad	142	71	37	5
Calidad	65	116	37	7
Disponibilidad	40	52	23	2
Distancia	56	22	17	2
Confiabilidad	7	3	2	0
No contesta	6	124	330	454
<b>Total General</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>

#### Encarnación

<i>Criterios</i>	<i>Orden de importancia</i>			
	1	2	3	4
Precio	32	4	5	2
Comodidad	24	16	3	0
Calidad	18	43	38	3
Disponibilidad	7	8	8	1
Distancia	17	7	3	0
Confiabilidad	2	0	0	0
No contesta	0	22	43	94
<b>Total General</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

#### Ciudad del Este

<i>Criterios</i>	<i>Orden de importancia</i>			
	1	2	3	4
Precio	45	13	8	2
Comodidad	23	22	19	4
Calidad	21	40	26	4
Disponibilidad	5	22	13	2
Distancia	25	13	3	0
Confiabilidad	1	1	0	0
No Contesta	0	9	51	108
<b>Total General</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>

**4.4 Frecuencia de compra de productos hortícolas**

<b>Producto</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenal</b>	<b>Mensual</b>	<b>No contesta</b>	<b>Total</b>
<b>Gran Asunción</b>						
Tomate	92	357	23	1	1	474
Pimiento	67	354	29	5	19	474
Zanahoria	69	356	32	5	12	474
Zapallo	43	327	36	13	55	474
Cebolla	77	369	24	1	3	474
Ajo	37	325	41	26	45	474
Papa	53	374	31	3	13	474
<b>Encarnación</b>						
Tomate	13	85	2	-	-	100
Pimiento	10	87	1	-	2	100
Zanahoria	11	87	2	-	-	100
Zapallo	13	77	4	-	6	100
Cebolla	11	86	2	-	1	100
Ajo	2	77	7	-	14	100
Papa	10	85	3	-	2	100
<b>Ciudad del Este</b>						
Tomate	34	80	3	2	1	120
Pimiento	25	85	2	3	5	120
Zanahoria	29	81	4	3	3	120
Zapallo	6	61	24	11	18	120
Cebolla	33	83	2	2	-	120
Ajo	13	63	24	11	9	120
Papa	23	90	2	2	3	120

**4.5 Compra realizada por mes de productos hortícola (Kg)****Gran Asunción**

<b>Rubros</b>	<b>Rango de kilos</b>					<b>No contesta</b>	<b>Total</b>
	<b>&gt;0 y &lt;=5</b>	<b>&gt;5 y &lt;=10</b>	<b>&gt;10 y &lt;=15</b>	<b>&gt;15 y &lt;=20</b>	<b>&gt; 20</b>		
Tomate	94	169	99	58	52	2	474
Pimiento	306	91	37	9	10	21	474
Zanahoria	186	135	79	27	35	12	474
Zapallo	244	80	33	30	28	59	474
Cebolla	121	175	97	37	41	3	474
Ajo	411	10	2	1	3	47	474
Papa	131	163	71	43	53	13	474

**Encarnación**

<b>Rubro</b>	<b>Rango de kilos</b>					<b>No contesta</b>	<b>Total</b>
	<b>&gt;0 y &lt;=5</b>	<b>&gt;5 y &lt;=10</b>	<b>&gt;10 y &lt;=15</b>	<b>&gt;15 y &lt;=20</b>	<b>&gt; 20</b>		
Tomate	10	32	26	18	14	0	100
Pimiento	71	12	7	5	2	3	100
Zanahoria	33	34	15	12	6	0	100
Zapallo	55	29	7	1	1	7	100
Cebolla	33	40	10	7	7	3	100
Ajo	84	1	0	1	0	14	100
Papa	21	36	20	11	9	3	100

**Ciudad del Este**

<b>Rubro</b>	<b>Rango de kilos</b>					<b>No contesta</b>	<b>Total</b>
	<b>&gt;0 y &lt;=5</b>	<b>&gt;5 y &lt;=10</b>	<b>&gt;10 y &lt;=15</b>	<b>&gt;15 y &lt;=20</b>	<b>&gt; 20</b>		
Tomate	6	27	41	22	23	1	120
Pimiento	50	43	11	4	6	6	120
Zanahoria	27	29	19	20	22	3	120
Zapallo	37	36	12	11	7	17	120
Cebolla	15	32	39	12	21	1	120
Ajo	106	6				8	120
Papa	22	37	32	12	14	3	120



**4.7 Frecuencia de compra de poroto**

<i>Producto</i>	<i>Diario</i>	<i>Semanal</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Mensual</i>	<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
<b>Gran Asunción</b>						
Poroto	-	253	87	78	56	474
<b>Encarnación</b>						
Poroto	-	79	8	8	5	100
<b>Ciudad del Este</b>						
Poroto	1	76	30	8	5	120

**4.8 Compra mensual de poroto y arveja (kg)****Gran Asunción**

<i>Rubro</i>	<i>Rango de kilos</i>					<i>No compra</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y &lt;=5</i>	<i>&gt;5 y &lt;=10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y &lt;=20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Poroto	368	34	9	5	2	56	474
Arveja	191	12	2	1		268	474

**Encarnación**

<i>Rubro</i>	<i>Rango de kilos</i>					<i>No compra</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y &lt;=5</i>	<i>&gt;5 y &lt;=10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y &lt;=20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Poroto	85	7	2	0	1	5	100
Arveja	65	4	0	0	0	31	100

**Ciudad del Este**

<i>Rubro</i>	<i>Rango de kilos</i>					<i>No compra</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y &lt;=5</i>	<i>&gt;5 y &lt;=10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y &lt;=20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Poroto	84	22	5	3	6		120
Arveja	38	10	2		70		120

**4.9 Criterios para la compra de poroto y arveja por orden de importancia****Gran Asunción**

<i>Orden de importancia</i>	<i>Calidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Apariencia</i>	<i>Presentación</i>	<i>Sano</i>	<i>Tamaño</i>	<i>Variedad</i>	<i>Época</i>	<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
1	146	93	85	35	22	3	22	0	68	474
2	61	100	59	26	27	6	20	1	174	474
3	11	19	22	6	0	5	2	0	409	474
4		2	7	2	2				461	474

**Encarnación**

<i>Orden de importancia</i>	<i>Calidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Apariencia</i>	<i>Presentación</i>	<i>Sano</i>	<i>Tamaño</i>	<i>Variedad</i>	<i>Época</i>	<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
1	11	25	5	6	1	0	2	0	50	100
2	21	14	4	11	1	0	1	1	47	100
3	7	7	1	11	0	0	2	0	72	100
4	0	0	0	1	0	0	0	0	99	100

**Ciudad del Este**

<i>Orden de importancia</i>	<i>Calidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Apariencia</i>	<i>Presentación</i>	<i>Sano</i>	<i>Tamaño</i>	<i>Variedad</i>	<i>Época</i>	<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
1	67	30	3	0	0	0	9	0	11	120
2	25	34	37	2	0	0	7	0	15	120
3	10	27	9	0	2	0	4	0	68	120
4	0	1	1	1	0	0	0	0	117	120



**4.10 Frecuencia de compra de mandioca**

<i>Producto</i>	<i>Diario</i>	<i>Semanal</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Mensual</i>	<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
<b>Gran Asunción</b>						
Mandioca	201	176	24	13	60	474
<b>Encarnación</b>						
Mandioca	49	42	3	-	6	100
<b>Ciudad del Este</b>						
Mandioca	74	38	-	-	8	120

**4.11 Compra de mandioca mensual por kilos**

<i>Lugar</i>	<i>Rango de Kilos</i>					<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y =5</i>	<i>&gt;5 y =10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y =20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Gran Asunción	53	46	38	43	232	62	474
Encarnación	12	10	9	10	53	6	100
Ciudad Del Este	3	9	10	9	80	9	120

**4.12 Criterios tenido en cuenta para la compra de mandioca****Gran Asunción**

<i>Criterios</i>	<i>Orden de importancia</i>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Apariencia	190	75	17	0
Calidad	113	40	7	1
Precio	50	64	15	0
Época	1	1	0	0
Presentación	11	10	3	0
Sano	2	1	0	0
Variedad	1	0	1	0
No contesta	106	283	431	473
<b>Total</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>	<b>474</b>

**Encarnación**

<i>Criterios</i>	<i>Orden de importancia</i>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Apariencia	66	40	6	2
Calidad	11	11	10	0
Precio	8	17	12	3
Época	0	0	1	0
Presentación	3	5	2	1
Sano	0	0	0	0
Variedad	0	0	0	0
No contesta	12	27	69	94
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ciudad del Este**

<i>Criterios</i>	<i>Orden de importancia</i>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Apariencia	21	53	12	2
Calidad	59	22	7	0
Precio	26	18	14	1
Época	0	0	0	0
Presentación	3	9	5	0
Sano	0	0	0	0
Variedad	2	0	1	0
No contesta	9	18	81	117
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>

**4.13 Frecuencia de compra de productos frutícolas**

<i>Producto</i>	<i>Diario</i>	<i>Semanal</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Mensual</i>	<i>No Contesta</i>	<i>Total</i>
<b>Gran Asunción</b>						
Naranja	68	284	44	26	52	474
Piña	57	193	46	40	138	474
Banana	163	249	21	10	31	474
Sandía	54	203	24	34	159	474
Melón	67	240	28	38	101	474
<b>Encarnación</b>						
Naranja	16	69	6	2	7	100
Piña	4	66	3	-	27	100
Banana	24	71	2	-	3	100
Sandía	12	66	3	2	17	100
Melón	13	73	1	1	12	100
<b>Ciudad del Este</b>						
Naranja	20	86	2	2	10	120
Piña	6	73	18	8	15	120
Banana	58	52	-	3	7	120
Sandía	19	41	19	20	21	120
Melón	17	44	18	13	28	120

**4.14 Compra realizada por mes de productos hortícolas (kg)****Gran Asunción**

<i>Rubro</i>	<i>Rango de Kilos</i>					<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y &lt;=5</i>	<i>&gt;5 y &lt;=10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y &lt;=20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Banana	86	84	76	22	174	32	474
Melón	68	84	13	66	139	104	474
Naranja	56	115	66	54	134	49	474
Piña	41	58	60	13	154	148	474
Sandia	28	30	90	3	158	165	474

**Encarnación**

<i>Rubro</i>	<i>Rango de kilos</i>					<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y &lt;=5</i>	<i>&gt;5 y &lt;=10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y &lt;=20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Banana	23	14	11	12	37	3	100
Melón	2	21	1	20	44	12	100
Naranja	8	17	1	24	42	8	100
Piña	5	19	19	1	28	28	100
Sandia	3	1	20	3	58	15	100

**Ciudad del este**

<i>Rubro</i>	<i>Rango de kilos</i>					<i>No contesta</i>	<i>Total</i>
	<i>&gt;0 y &lt;=5</i>	<i>&gt;5 y &lt;=10</i>	<i>&gt;10 y &lt;=15</i>	<i>&gt;15 y &lt;=20</i>	<i>&gt; 20</i>		
Banana	23	20	9	7	54	7	120
Melón	16	30	6	19	24	25	120
Naranja	7	23	18	22	40	10	120
Piña	8	27	32	1	36	16	120
Sandia	8	19	38		36	19	120



**4. 16 Cantidad de personas que viven en la casa del encuestado, según rango de edades y lugar.**

<i>Lugar</i>	<i>Rango</i>						<i>No contesto</i>	<i>Total</i>
	<i>&lt;10 años</i>	<i>10 0 15 años</i>	<i>16 a 25 años</i>	<i>26 a 40 años</i>	<i>41 a 60 años</i>	<i>&gt; a 60 años</i>		
Gran Asunción	308	208	493	457	418	149	52	2085
Encarnación	76	46	121	80	112	24	0	459
Ciudad del Este	124	85	97	238	41	11	1	597
<b>Total</b>	<b>508</b>	<b>339</b>	<b>711</b>	<b>775</b>	<b>571</b>	<b>184</b>	<b>53</b>	<b>3141</b>

**4.17 Ingreso mensual familiar, según lugar.**

<i>Rango de salarios</i>	<i>Gran Asunción</i>	<i>Encarnación</i>	<i>Ciudad del Este</i>	<i>Total</i>
< a 800.000	45	7	30	82
De 800.000 a 1.500.000	143	24	31	198
De 1.500.000 a 2.500.000	118	37	21	176
De 2.500.000 a 5.000.000	80	22	26	128
> a 5.000.000	34	6	9	49
No contesta	1	0	0	1
No sabe	53	4	3	60
<b>Total</b>	<b>474</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>694</b>

**ANEXO E****Cuadro E - 1 : Producción de rubros agrícolas por Departamento ( en toneladas). Año 2002**

DEPARTAMENTOS	PRODUCTOS AGRICOLAS											
	Tomate	Pimiento	Zanahoria	Cebolla	Ajo	Papa	Mandioca	Poroto	Arveja	Naranja	Piña	Banana
Concepción	2,128	1,440	150	325	3	7	99,600	1,155	21	2,226	5,940	4,225
San Pedro	3,038	701	215	439	22	14	283,500	2,426	176	27,946	10,800	16,616
Cordillera	3,230	520	32	32	1	21	156,000	1,190	468	15,938	11,880	5,920
Guairá	480	170	105	209	1	39	118,300	1,620	120	8,303	7,665	4,440
Caaguazú	21,000	2,125	6,100	3,600	41	574	507,500	1,500	360	23,792	355	10,010
Caazapá	11,766	174	2,485	4,130	171	48	414,000	4,880	350	11,021	2,772	2,880
Itapúa	1,880	207	17,000	1,800	700	100	378,000	3,600	720	54,941	3,159	4,000
Misiones	540	67	135	171	11	63	35,000	990	84	1,918	231	1,435
Paraguarí	3,552	748	20	550	2	36	133,100	2,185	195	6,994	567	3,145
Alto Paraná	2,800	290	200	375	2	54	315,000	1,804	200	14,719	256	3,200
Central	8,750	750	36	18	3	5	2,910	550	132	1,740	567	618
Ñeembucú	600	91	-	171	26	6	5,400	1,050	56	15,114	33	1,269
Amambay	1,120	33	200	115	5	5	100,000	770	56	2,525	288	1,360
Canindeyú	420	900	210	250	5	14	168,000	3,290	72	13,244	940	5,040
<b>TOTAL</b>	<b>61,304</b>	<b>8,216</b>	<b>26,888</b>	<b>12,185</b>	<b>993</b>	<b>986</b>	<b>2,716,310</b>	<b>27,010</b>	<b>3,010</b>	<b>200,421</b>	<b>45,453</b>	<b>64,158</b>

Fuente : Dirección de Censos y Estadísticas Agropecuarias del MAG

**Cuadro E - 2: Epocas de siembra y cosecha de rubros agrícolas**

CULTIVOS AGRICOLAS		MESES											
		VII	VIII	IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI
Tomate	Siembra	■	■	■									
	Cosecha				■	■	■						
Cebolla	Siembra								■	■	■		
	Cosecha				■	■	■	■					
Zanahoria	Siembra									■	■	■	■
	Cosecha		■	■	■	■	■	■					
Pimiento	Siembra	■	■	■	■								■
	Cosecha				■	■	■	■					
Zapallo	Siembra		■	■	■	■	■	■					
	Cosecha	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Papa	Siembra	■									■	■	■
	Cosecha	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ajo	Siembra									■	■	■	
	Cosecha			■	■	■	■	■					
Poroto	Siembra		■	■	■	■	■	■					
	Cosecha				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Arveja	Siembra									■	■	■	■
	Cosecha	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Mandioca	Plantación	■	■	■	■								
	Cosecha 1er. Año									■	■	■	■
	Cosecha 2do. Año									■	■	■	■
Banana	Plantación		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Cosecha	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Piña	Plantación								■	■	■	■	■
	Cosecha				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Naranja	Plantación										■	■	■
	Cosecha	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Melón	Siembra	■	■	■	■	■	■	■	■				
	Cosecha				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sandía	Siembra		■	■	■	■	■	■	■				
	Cosecha				■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: Departamento de Producción Agrícola. División Fruticultura. FCA/UNA

■ Siembra o plantación  
 ■ Cosecha



**Cuadro E-3 : Estimación de la oferta total de rubros agrícolas en el Paraguay (en toneladas). 2002**

Rubros	Producción nacional	Importación	Ingreso no registrado	Total extranjero	Total
TOMATE	41,884	14,024	11,950	25,974	67,858
PIMIENTO	8,750	8,846	2,906	11,752	20,502
ZANAHORIA	13,060	2,754	4,393	7,147	20,207
ZAPALLO	19,200	38	1,507	1,545	20,745
CEBOLLA	9,692	7,315	19,097	26,412	36,104
AJO	807	2,121	2,053	4,174	4,981
PAPA	1,127	9,752	27,757	37,509	38,636
MANDIOCA	2,837,427	0	206	206	2,837,633
POROTO	40,991	0	0	0	40,991
ARVEJA	2,260	0	0	0	2,260
NARANJA	151,048	37,104	7,423	44,526	195,574
PIÑA	28,577	2,443	5,349	7,792	36,369
BANANA	49,793	1,567	9,263	10,830	60,623
SANDIA	0	455	4,423	4,877	4,877
MELON	0	216	510	727	727

Fuente: Elaborado en base a datos de DCEA/MAG, DGA, DAMA, entrevistas con mayoristas de DAMA y técnicos de CEASA-BRASIL

**Cuadro E- 4 : Volumen de productos agrícolas importados (en toneladas). Año 2002**

Rubros	Origen						Total
	Argentina	Brasil	Japón	Alemania	China	Uruguay	
TOMATE	1,885	12,140	0	0	0	0	14,025
PIMIENTO	2	8,844	0	0	0	0	8,846
ZANAHORIA	1,766	988	0	0	0	0	2,754
ZAPALLO	0	38	0	0	0	0	38
CEBOLLA	5,959	1,333	23	0	0	0	7,315
AJO	2,076	0	0	20	25	0	2,121
PAPA	7,529	2,223	0	0	0	0	9,752
MANDIOCA	0	0	0	0	0	0	0
POROTO	0	0	0	0	0	0	0
ARVEJA	0	0	0	0	0	0	0
NARANJA	35,830	1,144	0	0	0	130	37,103
PIÑA	0	1,222	0	0	0	0	1,222
BANANA	0	1,567	0	0	0	0	1,567
SANDIA	0	455	0	0	0	0	455
MELON	0	216	0	0	0	0	216

Fuente: Dirección de Defensa Vegetal del MAG

Cuadro E - 5 : Volumen estimado de productos agrícolas ingresados a Paraguay (en toneladas . Año 2002

Producto	CEASA - PR Foz de Yguazú	(*)CEASA - PR destino Paraguay	(**)Mercadito - Foz de Yguazú destino Paraguay	Total destino Paraguay desde Brasil	Vol. Ingresado a Paraguay registrado Brasil	Vol. Ingresado a Paraguay no registrado (Brasil)	% Ingresado desde Brasil (Base DAMA)	Volumen Ingresado desde Argentina Registrado	Volumen Ingresado desde Argentina No Registrado	Total destino Paraguay desde Argentina	Volumen Importado de otros países	Volumen Total Importado	Volumen Total No Registrado	TOTAL INGRESADO A PARAGUAY
Tomate	25,325	20,260	3,039	23,299	12,139	11,159	90	1,885	790	2,675	0	14,024	11,950	25,974
Pimiento	7,892	7,103	4,520	11,623	8,844	2,779	99	2	127	129	0	8,846	2,906	11,752
Zanahoria	2,696	2,157	323	2,480	988	1,492	35	1,765	2,902	4,667	0	2,754	4,393	7,147
Zapallo	1,679	1,343	202	1,545	38	1,507	100	0	0	0	0	38	1,507	1,545
Cebolla	7,050	5,640	846	6,486	1,333	5,153	25	5,959	13,968	19,926	23	7,315	19,097	26,412
Ajo	1	1	4	5	0	5	15	2,076	2,048	4,124	45	2,121	2,053	4,174
Papa	13,023	10,418	1,563	11,981	2,223	9,757	27	7,529	18,000	25,529	-	9,752	27,757	37,509
Mandioca	224	179	27	206	0	206	0	0	0	0	0	0	206	206
Poroto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arveja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Naranja	5,458	4,367	2,650	7,017	1,144	5,873	17	35,830	1,550	37,380	130	37,104	7,423	44,526
Piña	4,901	3,921	1,600	5,521	1,222	4,299	97	1,222	1,050	2,272	0	2,443	5,349	7,792
Banana	11,771	9,417	1,413	10,830	1,567	9,263	100	0	0	0	0	1,567	9,263	10,830
Sandía	5,301	4,241	636	4,877	455	4,423	100	0	0	0	0	455	4,423	4,877
Melón	517	414	62	476	216	260	66	0	251	251	0	216	510	727

(\*) Cantidad estimada sobre el volumen total comercializado en CEASA-PR Foz de Yguazú. Según funcionarios de CEASA, corresponde al 80%.

(\*\*) Cantidad estimada sobre el 15% del volumen de productos CEASA-PR Foz de Yguazú, destino Paraguay, considerando informaciones brindadas por comerciantes mayoristas de Asunción.

**Cuadro E - 6 : Distribución Mensual de Volumen Comercializado de Rubros Agrícolas de origen nacional (En toneladas y Porcentajes). Año 2002**

Mes	Tomate		Pimiento		Zanahoria		Zapallo		Cebolla		Papa		Mandioca		Poroto		Naranja		Piña		Banana		Sandía		Melón	
	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)	Vol.	(%)
Enero	73	5	29	21	1	0	13	6	59	1	225	3	2515	8	12	16	0	0	135	14	250	8	147	6	8	3
Febrero	20	1.2	15	10.7	0	0.0	20	8.4	404	8.6	764	11.3	2704	8.4	12	16.6	0	0.0	36	3.7	192	6.3	79	3.0	5	1.7
Marzo	8	0.5	4	2.8	0	0.0	30	12.6	679	14.5	821	12.2	2562	8.0	10	13.3	0	0.0	151	15.5	145	4.8	4	0.1	1	0.5
Abril	28	1.7	6	4.1	0	0.0	17	7.2	613	13.1	724	10.7	2965	9.3	10	14.2	0	0.0	67	6.9	378	12.5	1	0.0	7	2.8
Mayo	48	3.0	2	1.6	0	0.0	43	18.3	490	10.4	814	12.0	2792	8.7	6	8.7	0	2.6	38	3.9	367	12.1	1	0.0	0	0.0
Junio	35	2.2	4	3.0	0	0.0	13	5.6	366	7.8	587	8.7	3001	9.4	2	3.2	1	17.1	6	0.6	308	10.2	9	0.3	0	0.0
Julio	44	2.7	2	1.8	6	1.0	12	5.2	564	12.0	800	11.9	3314	10.4	2	2.4	3	78.9	4	0.4	276	9.1	2	0.1	0	0.0
Agosto	58	3.6	1	0.6	65	11.2	9	3.9	312	6.7	631	9.3	3072	9.6	2	2.6	0	1.3	1	0.1	229	7.6	2	0.1	0	0.0
Septiembre	69	4.3	4	2.6	84	14.6	7	3.1	257	5.5	407	6.0	2758	8.6	1	1.7	0	0.0	1	0.1	239	7.9	7	0.3	1	0.3
Octubre	235	14.7	17	12.0	237	40.9	29	12.4	221	4.7	253	3.7	2727	8.5	3	4.4	0	0.0	24	2.5	331	10.9	317	11.9	72	27.1
Noviembre	501	31.4	22	15.8	139	24.0	23	9.9	465	9.9	303	4.5	1995	6.2	8	11.1	0	0.0	103	10.5	167	5.5	1200	44.9	126	47.3
Diciembre	481	30.1	32	23.5	47	8.1	18	7.8	258	5.5	427	6.3	1595	5.0	4	5.7	0	0.0	410	42.1	145	4.8	902	33.8	46	17.1
<b>TOTAL</b>	<b>1598</b>	<b>100.0</b>	<b>137</b>	<b>100.0</b>	<b>580</b>	<b>100.0</b>	<b>236</b>	<b>100.0</b>	<b>4686</b>	<b>100.0</b>	<b>6755</b>	<b>100.0</b>	<b>32000</b>	<b>100.0</b>	<b>73</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>975</b>	<b>100.0</b>	<b>3027</b>	<b>100.0</b>	<b>2671</b>	<b>100.0</b>	<b>267</b>	<b>100.0</b>

Elaborado en base a datos provenientes de DAMA, CECOPROA Y CEPACOO

## ANEXO F

*Consumo per- cápita en (en gramos diarios) y desvío estándar (en gramos), de los rubros agrícolas en estudio, según razones que inciden sobre la preferencia de los consumidores por los locales de compra. Gran Asunción, Ciudad del Este y Encarnación. Año 2003*

Rubro agrícola	Razones de preferencia de los consumidores por los locales de compra							
	Calidad y confiabilidad		Comodidad		Disponibilidad y distancia		Precio	
	Promedio	Desvío estándar	Promedio	Desvío estándar	Promedio	Desvío estándar	Promedio	Desvío estándar
	gr/día	gr	gr/día	gr	gr/día	gr	gr/día	gr
Tomate	76,0	59,8	108,7	93,6	101,6	107,4	98,2	153,4
Pimiento	31,5	27,3	46,3	41,6	43,6	54,6	41,1	58,7
Zanahoria	58,1	43,2	100,1	144,8	92,8	171,8	64,4	68,2
Zapallo	43,1	48,1	60,2	95,5	45,0	58,9	70,8	249,3
Cebolla	63,3	39,0	95,7	78,9	95,1	97,9	80,1	109,9
Papa	73,5	70,8	105,8	102,1	92,8	106,1	78,9	132,9
Mandioca	174,2	207,4	173,7	195,0	263,1	397,9	205,9	285,2
Poroto	19,5	19,9	19,4	20,8	23,1	26,4	26,4	41,9
Naranja	114,0	20,7	150,0	22,3	241,0	24,7	69,4	25,7
Piña	115,6	188,0	197,1	298,1	209,0	572,7	207,9	465,7
Banana	146,3	140,6	161,5	181,6	125,5	280,0	200,0	756,2
Sandia	255,7	440,9	255,7	402,8	167,9	291,0	175,4	301,8
Melón	144,3	209,8	217,9	319,9	141,2	264,9	134,5	182,2

**VII. BIBLIOGRAPHY**

- BOLETIM DA COMERCIALIZACAO. 2000 – 2001 – 2002. CEASA / PARANA (Centrais de Abastecimento do Paraná). Foz do Iguazú, Brasil. Divisao Técnica Económica.
- CANASTA BASICA DE ALIMENTOS Y LINEAS DE POBREZA. 1999. Datos de la Encuesta Integrada de Hogares 97/98. Asunción. Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC).
- DE LA JARA AYALA, F. 1989. La Comercialización Agroalimentaria en España. 2º ed. Madrid. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 146 p.
- INFORME DE PRECIOS Y VOLUMEN DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS. 1999 – 2001. Dirección de Abastecimiento de la Municipalidad de Asunción. División de Informaciones y Estadísticas. 62 p.
- INFORME DE PRECIOS Y VOLUMEN DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS. 2002. Dirección de Abastecimiento de la Municipalidad de Asunción. Oficina de Informática y Oficina Técnica de Comercialización. 38 p.
- KOTLER, P. 1989. Mercadotecnia. Trad. Por José Salazar. 3º ed. México. Prentice –Hall Hispanoamericana. 745 p.
- MENDEZ, C. E. 1995. *Metodología, Guía para elaborar Diseños de Investigación*. Mc Graw Hill. 170 p.
- PRODUCCIÓN AGROPECUARIA. Síntesis Estadística. Año Agrícola 2000 – 2001. San Lorenzo, Paraguay. Dirección de Censos y Estadísticas Agropecuarias. Ministerio de Agricultura y Ganadería. 80 p.

