

Asociación Programa Agrícola San Nicolás • ASOPASN
Fondo de Asistencia Técnica Las Segovias • FUNICA – FAT Segovias

‘GARNACHA ORGANIC’

Un sello de orgullo y calidad



Texto | María Elsa Gutiérrez • Ligia Saballos
Pedro Pablo Benavides • Julio Centeno
Bayardo López • Emma Salazar

Edición y diseño | Solveig Danielsen

AUTO – EVALUACIÓN

Proyecto de Apoyo a Iniciativa de Negocio • PAIN

Proyecto	Certificación, mercadeo y comercialización de quesos maduros y hortalizas orgánicas bajo la marca 'Garnacha Organic'.
Organización	Asociación Programa Agrícola San Nicolás ASOPASN
Financiador	Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua Fondo de Asistencia Técnica, Las Segovias
Comunidades	La Garnacha, La Tejera, Quebrada de Agua, Potrerillo, Guingajapa
Contacto	Pablo Centeno, <i>Presidente</i> , Teléfono 873 9382, 713 7785
Usuarios	31 hombres, 9 mujeres
Período	Octubre 2005 – Marzo 2007

Siglas

ACRA	Asociación Italiana de Cooperación Rural en África y América Latina	IDR	Instituto de Desarrollo Rural
ASOPASN	Asociación Programa Agrícola San Nicolás	INSFOP	Instituto de Formación Permanente
CLUSA	Liga de Cooperativas de los Estados Unidos de América	MAGFOR	Ministerio Agropecuario y Forestal
DGPSA	Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria	MARENA	Ministerio de Recursos Naturales
FAT	Fondo de Asistencia Técnica	PAIN	Proyecto de Apoyo a Iniciativa de Negocio
FIDER	Fundación de Investigación y Desarrollo Rural	PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
FUNICA	Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua	UCATSE	Universidad Católica del Trópico Seco
		UNAG	Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos

MAYO 2007

Portada

Los productos de ASOPASN están bien posicionados en el mercado. Hoy producen 18 diferentes tipos de hortalizas orgánicas y 4 tipos de queso.

De pie: PEDRO RAMÓN RAMÍREZ y MARÍA JACINTA LAGUNA;

De rodilla: JUAN FRANCISCO RAMÍREZ y GERARDO LÓPEZ CAMAS.

Conclusiones

1. ASOPASN ha logrado la certificación del queso maduro bajo la marca 'Garnacha Organic'.
2. La venta de queso y hortalizas de la asociación ha aumentado sustancialmente. Antes de iniciar el proyecto tenían 2 canales de comercialización, ahora tienen más de 10. Los precios han aumentado igual que el número de fuentes de empleo. Los productores(as) venden más leche, cuajada y hortalizas individualmente desde sus fincas y de mejor calidad.
3. La asistencia técnica y las capacitaciones les ha permitido introducir nuevas técnicas de producción en sanidad animal y agricultura orgánica.
4. El Puesto para Plantas manejado por los técnicos de ASOPASN ha mostrado ser un servicio importante para mejorar el manejo de plagas y enfermedades en los cultivos.
5. Los ganaderos se han apropiado de las jornadas de vacunación al punto que actualmente lo hacen con sus propios recursos.
6. Los productores(as) expresan que los nuevos conocimientos son las mejores herramientas para enfrentar la agricultura. Son concientes de los principios y valores de la agricultura orgánica y han creado mucha motivación y deseos de aumentar el área de producción e introducir nuevos cultivos con potencial, tales como: cebollín, berenjena y repollo morado.
7. Hace falta mucha infraestructura productiva para explotar mejor el potencial de la zona, ej. medios de transporte para acopiar leche y transportar queso y hortalizas, mayor capacidad de procesamiento de leche, tanques de agua para el riego, entre otros.
8. ASOPASN necesita fortalecer sus capacidades de planificación estratégica y gestión organizacional para tener más independencia económica en el desarrollo de sus negocios y en la atención a sus miembros.



Antecedentes

Históricamente los municipios de La Trinidad y San Nicolás tienen poca cultura organizacional de parte de los productores. La poca capacidad de gestión de los productores en esa zona no les ha permitido aprovechar su gran potencial productivo. La Asociación Programa Agrícola San Nicolás (ASOPASN) se constituyó legalmente en el 2001 con 250 socios de comunidades del municipio de San Nicolás, y hasta hoy es la única organización de productores que existe en el municipio aparte de la UNAG.

ASOPASN trabaja para fortalecer las capacidades productivas de los productores, contribuir a mejorar la seguridad alimentaria de las familias campesinas, buscar mercados buenos y estables y gestionar proyectos para los asociados. Tiene una finca integral donde desarrolla la agricultura orgánica con ganado bovino, cabras, ovejas y hortalizas.

Los últimos dos años la asociación ha hecho un esfuerzo para desarrollar el ecoturismo en La Garnacha con apoyo de PNUD. Ahora tienen cabañas, rutas turísticas, un comedor y una venta de



A parte de ser una zona de alto potencial productivo, San Nicolás es conocido por su belleza escénica y clima agradable. En el 2002 fue nombrado área protegida por MARENA.

artesanía y productos propios de ASOPASN. La meta es un desarrollo integral económico y social en las comunidades asociadas.

ASOPASN es una asociación abierta. No ‘amarra’ a sus socios con convenios de venta. Cada socio tiene la libertad de vender sus productos a quien quiera. Todos están claros que para vender a la asociación tienen que cumplir con las normas de calidad establecidas para la producción orgánica.

Los productores más cercanos a la comunidad de la Garnacha venden a la asociación y los que están más alejados venden de forma individual y local.

Hace 5 años la mayoría de los productores se dedicaban a la agricultura convencional, usando químicos de alta peligrosidad. En horticultura, el repollo constituía la mayor parte de la producción, pero la producción no estaba dimensionada a la demanda del mercado. A veces el precio era tan bajo, que no les quedaba otra opción que usar el repollo como alimento para sus animales.

En el 2002 la asociación empezó a experimentar con la agricultura orgánica en 1 mz como una manera de integrar un sistema de producción amigable al medio ambiente en un área protegida con alto potencial productivo. La producción de queso suizo inició a pequeña escala en el 1998 cuando un experto suizo dio capacitación en nuevas técnicas para la elaboración de queso suizo maduro y la cooperación española apoyó en el acondicionamiento de un local de procesamiento y empaque de queso. Vendieron los productos directo desde La Garnacha y se dieron a conocer de ‘boca a boca’.

¿Por qué un proyecto con FUNICA?

ASOPASN había encontrado su nicho en el mercado. El queso maduro tenía su demanda en cierto segmento de la población y las hortalizas orgánicas también se vendían bien. Pero hacía falta mucho para poder ofrecer productos en suficiente volumen y calidad a un mercado más amplio. No tenían un mercado estable con buenos precios y había muchos problemas de calidad de los productos tanto en ganado como en la agricultura. Además había mucha necesidad de inversiones para infraestructura productiva.

Con un proyecto de apoyo a iniciativa de negocio (PAIN) co-financiado por FUNICA, ASOPASN se propuso ampliar la producción y venta de hortalizas orgánicas y queso maduro a través de la formación de más productores y la expansión del mercado. El proyecto “*Certificación, mercadeo y comercialización de quesos maduros y hortalizas orgánicas, bajo la marca ‘Garnacha Orgánica’*” inició en octubre del 2005 con la participación de 40 productores y productoras de cinco comunidades de San Nicolás, 18 horticultores(as) y 22 ganaderos.

Los productores(as) fueron seleccionados por su interés en participar y por su ubicación en la zona productiva (alta y apta para hortalizas). Ellos se plantearon producir con calidad y tener un buen mercado para las hortalizas orgánicas y el queso maduro.

FUNICA – FAT Segovias no financia inversiones, sino servicios, así que ASOPASN siguió gestionando fondos de otras fuentes para las inversiones productivas, ej. tanques de agua, centro de procesamiento y empaque para hortalizas, una procesadora de leche, entre otros.

Las actividades del proyecto

ASOPASN contrató servicios de asistencia técnica, capacitaciones y organizaron giras de intercambio para fortalecer las capacidades de los productores en:

- horticultura orgánica
- técnicas de ordeño
- medidas sanitarias y alimenticias

Una meta importante del proyecto era la obtención de un código de barra para el queso y una marca registrada.

Para fortalecer el mercadeo, la asociación hizo promoción y divulgación del queso y las hortalizas. Elaboraron materiales alusivos como banner, brochures y tarjetas, brindaron entrevistas radiales y de televisión, participaron en ferias e intercambios de experiencias, entre otros.



MARTHA LIGIA MORENO GUTIÉRREZ es productora de hortalizas orgánicas. “*He aprendido a conocer mejor las hortalizas. Nos han enseñado cómo seleccionar y lavar la lechuga. Ya sé cómo hacer el almáximo*”.

Los logros

HORTALIZAS

Al momento de iniciar el proyecto con los 18 horticultores(as) (9 hombres y 9 mujeres), sólo tres practicaban la agricultura orgánica. Un total de 3 mz estaban dedicadas a la producción de hortalizas orgánicas, 1 mz de la asociación y 2 mz de los productores.

Aplican un sistema de siembra escalonada cada 8 días. Donde hay acceso a riego permanente siembran todo el año. En las áreas donde dependen del invierno y captación de lluvia, siembran hasta donde les alcance el agua. Tienen un semillero para la producción de plántulas manejado por el grupo de mujeres. A parte de las hortalizas orgánicas producen otros cultivos convencionalmente en otros terrenos, como papa, repollo, tomate y cebolla.

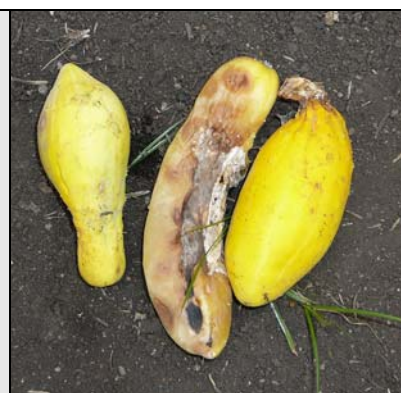
Cuando empezó el proyecto sembraban diversas hortalizas como apio, rábano, lechuga, repollo, zanahoria, pepino, remolacha, y otras de origen oriental como bokchoi, tatsoi, repollo chino, pakchoi, lechugas (romana, vulcán, grand rapid, mantequilla) y calabacín. Las más cultivadas, mejor adaptadas a las condiciones climáticas y en las que se tiene buena especialización son bokchoi, tatsoi, repollo chino y las lechugas. En el transcurso del proyecto han introducido nuevos cultivos, entre otros, col de hoja, perejil, berenjena, repollo rojo y zuchini.

Los productores venden y garantizan hortalizas de calidad tanto a la asociación (lo orgánico) como a otros compradores (CLUSA-CARITAS y otros en la producción convencional).

El proyecto ha contribuido a que todos los hortaliceros(as) apliquen las prácticas de la agricultura orgánica, como el uso de abonos orgánicos, insecticidas biológicos y orgánicos, la no quema y la rotación de cultivos entre otras alternativas.



La agricultura orgánica requiere mucha paciencia. Hay varias plagas y enfermedades que afectan los cultivos. Con las capacitaciones, la asistencia técnica y un cuidado constante, los productores han mejorado el manejo. El uso de productos biológicos, como Occidor, se ha vuelto una práctica cotidiana en la producción de hortalizas orgánicas.



Bernardino Blandón Gutiérrez de la comunidad La Tejera aprendió a hacer transplante, aplicar abonos orgánicos como el bocache, usar productos biológicos como el Dipel, pero también tiene cultivos convencionales como la papa y el repollo los que vende de manera individual. Ha participado en capacitaciones y giras de intercambio y ha aprendido mucho. *“Estos aprendizajes nos han ayudado a preparar mejor la tierra. Las giras han sido muy buenas. Uno conoce otros lados, intercambia conocimientos, aprende y enseña a otros. Tenemos mejores ganancias con la venta de los productos orgánicos ya que se venden a mejor precio.”*

El manejo de plagas, enfermedades y malezas ha sido una dura tarea para los productores de hortalizas orgánicas. Para Herman Cerrato de la comunidad La Tejera, la producción orgánica requiere de mucha mano de obra en las limpias. “Con el uso de buenas prácticas agrícolas uno come más sano. La producción convencional es de más fácil manejo, pero el medio ambiente se afecta y también la salud,” dice.

“Mi proyecto de futuro es hacer un uso correcto de los plaguicidas, en repollo ahora sólo estoy usando insecticidas de etiqueta verde para controlar la palomilla del repollo (*Plutela*). He tenido apoyo de INSFOP y UCATSE para el uso de los insecticidas biológicos, espero producir mejor a bajo costo, y vender bien”.

Don Herman explica que la asistencia técnica le ha ayudado a resolver problemas fitosanitarios, como ‘la cabeza negra’ en repollo, y en la papa donde descubrieron *Erwinia* y *Ralstonia* en la semilla a tiempo para evitar la siembra de semilla contaminada. El buen manejo de plagas y enfermedades es un reto de por vida para los horticultores(as).



Para HERMAN CERRATO de la comunidad La Tejera la producción de hortalizas orgánicas es un negocio que genera buenas ganancias.

En el Puesto para Plantas los técnicos ‘doctores de plantas’ de ASOPASN brindan asesoría sobre salud de plantas todos los miércoles. Este nuevo servicio ha significado mucho para mejorar el manejo de plagas y enfermedades en los cultivos. Además, los productores(as) han visto cómo los servicios de las universidades y los laboratorios de diagnóstico fitosanitario de DGPSA-MAGFOR han ayudado a solucionar problemas en el campo.

Los productores definen claramente las diferencias entre la producción orgánica y la convencional. Hay conciencia en la implementación de estos sistemas de producción. Sin embargo, hace falta concientizar más a los consumidores.

“La producción orgánica es más cara que la convencional, y cuesta convencer a los consumidores de pagar un precio mayor por un producto más sano”, dice Gerardo López, productor orgánico. Él trata de aplicar el manejo orgánico a todos sus cultivos aunque no consigue mejor precio. “Es más barato aplicar organofosforados, pero eso es espantoso. Queremos cambiar el método, no sólo para el mercado, sino para nosotros mismos. No podemos estar envenenando a nuestro país”, expresa.

La meta es la certificación de las hortalizas orgánicas. La gestión está en proceso, y esperan que se dé dentro de unos tres años. Los hortaliceros(as) han recibido visitas del MAGFOR en las parcelas para inspeccionar el cumplimiento de las normas que deben cumplir para obtener la certificación orgánica en el futuro.

LECHE Y QUESO

Los ganaderos han mejorado la producción y la calidad de la leche a través de capacitaciones sobre manejo del hato y la promoción de buenas prácticas de producción: sanidad animal, vacunaciones, vitaminación, desparasitaciones, una atención adecuada de los partos de sus vacas, ordeño limpio y

calidad en la alimentación del ganado. Han aprendido a identificar focos de infección de ciertas enfermedades y prevenir epidemias.

Los efectos de las nuevas prácticas han sido múltiples. Antes la mortalidad del ganado era alta. Con la jornada de vacunación y las campañas de desparasitación pararon ese problema.

La calidad de la leche ha mejorado sustancialmente, el rendimiento por vaca ha aumentado, y han logrado mantener la producción de leche en los meses de verano. Si una vaca se enferma por ejemplo de mastitis, la sacan de la producción para no perjudicar la calidad de la leche. Es una cuestión de confianza y responsabilidad.

De los 22 ganaderos, sólo tres venden leche a la asociación para la producción de queso. Hay cuotas fijas por la limitada capacidad de acopio. Los otros ganaderos venden cuajada, leche y carne directo de la finca o a través de contactos individuales.

La asociación ha perfeccionando la producción de quesos maduros en los últimos 3 años. Los asociados capacitados laboran diariamente en la planta procesadora produciendo quesos maduros de leche de vaca y cabra con técnicas suizas y con las más altas normas de higiene y calidad. La diversidad de quesos elaborados son: tilsit, raclete, gruyere y queso crema.



La asistencia técnica y la sanidad animal han sido importantes para mejorar la producción y el desarrollo del ganado.

Cuadro 1. Leche procesada por día 2001 – 2007	
AÑO	LECHE PROCESADA (LITROS/DÍA)
2001	25
2005	45 – 60
2006	80 – 160
Mayo 2007	120 – 200

El aumento en volumen de producción y calidad de la leche ha permitido incrementar la producción de queso (cuadro 1). Antes de diciembre 2006, la capacidad de acopio era 150 litros/día. Con la nueva procesadora financiada por un amigo suizo pueden acopiar hasta 450 litros/día, lo que permite a más ganaderos vender su leche a la asociación. Sin embargo, para los ganaderos que viven más lejos, el problema de transporte sigue vigente.

COMERCIALIZACIÓN

Con la promoción, divulgación y participación en ferias y giras de intercambios, la asociación ha logrado posicionar los quesos y las hortalizas y aumentar la demanda. Los materiales de promoción como las tarjetas y los brochures han ayudado mucho. Actualmente hay mercados definidos a nivel local, regional, nacional y con los turistas extranjeros quienes aprecian mucho los productos de La Garnacha. La promoción ha tenido un efecto multiplicador con recientes reportajes publicados en LA PRENSA y la revista ZONA CENTRO.

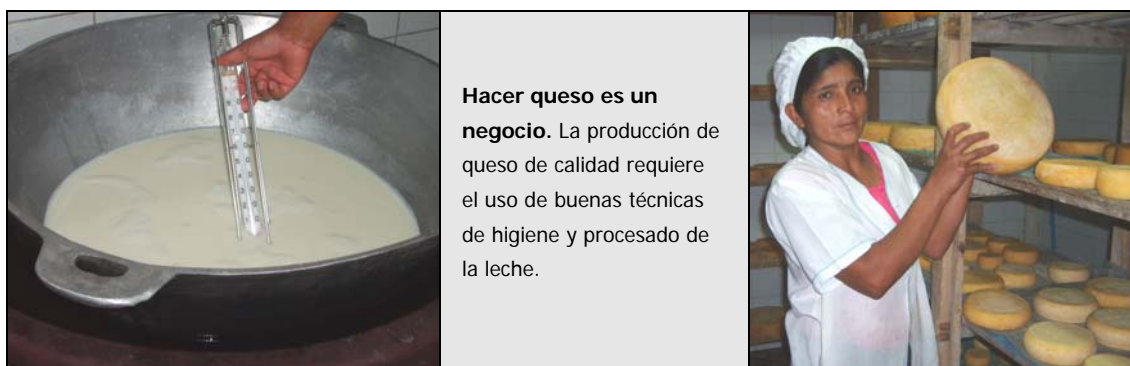
Antes que iniciara el proyecto sólo vendían a dos supermercados de La Colonia en Managua y ocasionalmente a extranjeros que demandaban el producto. Las ventas han crecido rápidamente

(cuadro 2). Sólo en los 3 primeros meses del 2007 vendieron el equivalente del 60% de la venta total del 2006. Hoy venden a 4 supermercados de La Colonia en Managua, restaurante Hola Verde, supermercados Las Segovias, El Hogar y Lacayo, Casa Canadiense y una parte substancial de la venta se hace a través de ferias, canastas a privados y en la venta local. El orden de importancia de los canales de comercialización es: 1) Managua, 2) venta local, 3) Estelí y 4) Granada.

Cuadro 2. Precios y venta de queso y hortalizas antes y después del proyecto FUNICA						
PRODUCTO	2005		2006		2007 (ENERO – MARZO)	
	PRECIO*	VENTA, C\$	PRECIO*	VENTA, C\$	PRECIO*	VENTA, C\$
Queso	C\$55/lb	200,000	C\$65/lb	240,000	C\$75/lb	128,575
Hortalizas	C\$2.50 – 5.00/unid.	48,000	C\$2.50 – 5.00/unid.	52,000	C\$4 – 7/unid.	46,754
Total		248,000		292,000		175,329

* precio por mayor

ASOPASN ha logrado registrar la marca ‘Garnacha Organic’ y obtener código de barra del queso maduro. Eso da confianza a los compradores del queso y ha permitido aumentar el precio. Aunque las hortalizas todavía no tienen el certificado orgánico, el precio ha subido, sobre todo por la buena imagen de los productos.



Hacer queso es un negocio. La producción de queso de calidad requiere el uso de buenas técnicas de higiene y procesado de la leche.

LA ASOCIACIÓN

Las 40 personas que participaron en el proyecto constituyen un grupo joven, dinámico y motivado para seguir desarrollando la agricultura orgánica. ASOPASN tiene un buen capital humano con mayores capacidades en los temas de gestión, mercadeo, agricultura orgánica y sanidad animal.

María Elsa Gutiérrez, vice-presidente de ASOPASN, cuenta que *“algunos productores se han apropiado, porque ahora están pendientes de las vacunaciones, han mejorado el ordeño. En las hortalizas orgánicas están convencidos que ellos están contribuyendo al cuidado del medio ambiente y garantizando un producto sano que no perjudica la salud”*.

Algunos han mejorado sus habilidades para analizar sus ganancias y tomar mejores decisiones técnicas y económicas en sus sistemas productivos. Don Pablo Avilés es uno de los productores de

la comunidad de Guingajapa que lleva registros productivos de sus cultivos. “Registro todo lo que gasto y luego hago un balance,” explica.

Gerardo López manifiesta que el logro más importante del proyecto ha sido la proyección mental de futuro, la transformación en ellos mismos. “FUNICA llegó a sacar a los campesinos del olvido. El aprender, no quedarnos allí, sino seguir adelante, intercambiar, todo eso es una escuela para nosotros.”



BERNARDINO BLANDÓN tiene previsto sembrar berenjena, cebollín, calabacín y zanahoria. Es una propuesta ya que los asociados se reúnen y definen por votación los rubros que sembrarán. “Esa forma de tomar decisión es ‘tuanis’,” dice.

Con las actividades del proyecto se ha aumentado el número de empleos para hacer funcionar la planta procesadora de queso, el vivero y la granja integral. Antes de iniciar el proyecto había 8 – 10 fuentes de empleo, en el 2006 aumentó a 12 – 16, y ahora son 22 fuentes de empleo permanentes. La mayoría son mujeres quienes contribuyen a la seguridad alimentaria y bienestar de las familias.

Los asociados producen hortalizas bajo un plan definido de rubros a

establecer, considerando la calidad y cantidad necesaria para el mercado.

ASOPASN está promoviendo la diversificación de las fincas para el auto-consumo y para la comercialización a nivel de comunidades, utilizando técnicas que permiten aprovechar los recursos existentes y así ayudar a bajar los costos de producción.

ASOPASN se ha fortalecido como organización. Están dejando la visión de corto plazo de sólo pensar en gestionar otro proyecto. Han desarrollado estrategias de comercialización y producción para aumentar la proyección de los productos. Tienen registros contables de producción y ventas lo que ha permitido ser más eficaz y eficiente en su planificación, gestiones con el mercado y para la búsqueda de nuevos recursos.

En diciembre del 2006 la asociación logró establecer un centro de procesamiento y empaque de hortalizas con el apoyo de IDR. Con esta nueva facilidad, ASOPASN puede ofrecer productos de mejor calidad y presentación. Tienen un proyecto nuevo con



El saber es una herramienta. PEDRO MACHADO tiene una bella parcela con berenjena, flor de jamaica, coliflor y matasano. “Para mí las capacitaciones son una herramienta de trabajo que me ayuda tener mejores alternativas para enfrentar la agricultura”.

ACRA que estará vinculado al ganado menor y la construcción de un nuevo centro de acopio para grano básico.

Pablo Centeno, presidente de ASOPASN, siente que él personalmente se ha capacitado. Los intercambios de experiencias le han ayudado en la comercialización, se siente más capaz y puede negociar. Ahora puede mejorar su trabajo por la comunidad.

Algunas dificultades

Para poder responder a la demanda del mercado de hortalizas orgánicas, es necesario tener acceso a riego para realizar la siembra escalonada todo el año. Actualmente no todos los productores tienen suficiente abastecimiento de agua. Las gestiones con IDR para conseguir unos tanques de agua grandes se dilataron mucho, y no lograron efectuarse durante el período del proyecto como previsto.

No todos los participantes recibieron el mismo apoyo en las capacitaciones de comercialización. Otros no se integraron completamente a todas las actividades por las intervenciones de otras instancias como FIDER y CLUSA.

Algunos productores de las comunidades más lejanas como Potrerillo y Guingajapa tienen problemas para transportar sus productos a los centros de acopio. Por otro lado, la limitada capacidad de acopio de leche de la asociación hace que la mayoría de los ganaderos tienen que vender su leche por otros canales.

Hace falta generar la disciplina de llevar registros de costos agropecuarios. Los productores(as) reconocen que es muy importante para saber con qué ganan y pierden y así tomar las mejores decisiones. Es cuestión de formarse el hábito de llevarlos en cuadernos.

Las mujeres hortaliceras quieren tener sus propias parcelas para la producción de hortalizas. Actualmente trabajan en tierra prestada de la asociación.

A pesar de la satisfacción de los productores por el camino recorrido con el proyecto, la asociación reconoce que es necesaria una discusión interna para definir sus metas de futuro y definir qué aspectos técnicos y de gestión hay que fortalecer, qué infraestructura productiva se necesita y cómo y donde gestionar recursos. Es necesario fomentar la visión empresarial en la asociación para salir poco a poco de la dependencia de los proyectos.



WILLIAM HUDIEL de La Laguna es uno de los socios más nuevos de ASOPASN. El produce repollo, papa y cebolla y vende directamente a Hortifruti. *"Me ha quedado la experiencia del modo de trabajar estos productos y con calidad".*

El futuro

Los socios de ASOPASN expresan mucho deseo de seguir capacitándose. Ellos tienen claras sus proyecciones y realizarán nuevas gestiones con el apoyo de ASOPASN. “*Nos gustaría mejorar nuestros conocimientos, porque si pasa un problema aquí mismo lo resolvemos, no dependemos de nadie*”, manifiesta Bernardino Blandón de La Tejera. “*Espero que el proyecto no termine.*”

Una meta de ASOPASN es lograr la certificación de las hortalizas orgánicas. Es un camino largo y espinoso que requiere mucha inversión para tener por ejemplo bombas, bodegas y herramientas sólo para la producción orgánica. ASOPASN está gestionando los recursos necesarios para cumplir con las normas de certificación orgánica. A parte de los recursos, la certificación requiere de experiencia y conciencia de los productores.

Hace falta fuertes inversiones productivas para explotar todo el potencial de la zona. Necesitan mejorar la infraestructura como un cuarto frío para el queso, un camión con refrigeración para el traslado de la producción al mercado identificado, transporte para acopiar leche de los que viven lejos, tanques de agua para garantizar el abastecimiento de agua todo el año e instalaciones para aumentar la capacidad de acopio y procesamiento. Hay potencial para abastecer el mercado con nuevos tipos de queso como el queso crema y mozzarella.

ASOPASN requiere definir una estrategia organizacional para diferenciar entre los diferentes tipos de socios y definir diferentes modalidades de apoyo según sus necesidades. Esto puede ir desde planes de negocios con los grupos más avanzados como los hortaliceros y ganaderos, hasta una atención básica con los granobasiqueros. Con el tiempo ASOPASN irá graduando a sus productores(as) para llegar a tener una organización sólida y homogénea.

ASOPASN es parte de las *redes de hortalizas y ganado*, recién establecidas por iniciativa de FUNICA. Esto vendrá a fortalecer sus lazos con otras organizaciones e instituciones en la búsqueda de soluciones colectivas a problemas comunes. La integración permitirá fortalecer la gestión, conocer nuevas alternativas y proponer propuestas a nivel regional con iniciativas en cada rubro.

En pocos años ASOPASN ha tenido muchos logros importantes. Están aportando al desarrollo económico, social y ambiental de la zona. Es un momento oportuno para ir poniendo más énfasis en mejorar la capacidad de auto-gestión y capitalizar la asociación a través de aportes de los socios, ahorros colectivos, compra de más tierra, entre otros. ASOPASN tiene suficiente fuerza y condiciones para convertir sus acciones en un negocio sostenible.



En búsqueda de nuevas opciones. En la comunidad de Potrerillo están probando la flor de jamaica como una nueva alternativa con potencial para el mercado. JUANA MACHADO ayuda a su pariente Pedro con la cosecha de la flor.

