



Unidad Pedagógica
de San Ignacio Guazú

Producción y Comercialización de Cebollas en el Establecimiento “El Portal” de Santa María Misiones, Paraguay (2024)

Carrera de Administración de Empresas

Milagros María José Colmán De Isasa, Liz Monserratt Núñez Vázquez, y Diego Hernán Cáceres Villar, bajo la tutoría de María Liz Hahn Falcón, de la Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción” – UP San Ignacio Guazú.

Resumen

Este estudio analiza la producción y comercialización de cebollas (*Allium cepa* L.) en el establecimiento “El Portal” (Santa María Misiones, Paraguay) durante 2024. Mediante una metodología descriptiva y mixta (cuantitativa-cualitativa), se evaluaron las estrategias de negocio, los procesos productivos y las limitaciones del sector hortícola local. Los resultados destacan la necesidad de capacitación técnica, manejo integrado de plagas y mejoras en la comercialización para aprovechar el potencial agrícola de Paraguay, caracterizado por su clima favorable y suelos fértiles.

Palabras clave: cebolla, producción agrícola, comercialización, estrategias de negocio, Paraguay.

Introducción

Paraguay posee condiciones agroclimáticas óptimas para la producción hortícola, con más de 300 días de sol anuales y un alto potencial hídrico (FAO, 2022). Sin embargo, el cultivo de cebolla —esencial en la dieta paraguaya— enfrenta desafíos como plagas, manejo poscosecha y acceso a mercados. Este artículo examina el caso del

establecimiento “El Portal”, que desde 2023 ha impulsado la producción local de cebollas, generando empleo y oportunidades económicas.

Marco Teórico

Contexto Agroclimático de Paraguay

Clima: Temperatura media anual de 24°C, con inviernos suaves y veranos húmedos (MAG, 2023). Suelos: Fértiles y aptos para horticultura, aunque requieren manejo sostenible (INBIO, 2021).

La Cebolla: Aspectos Técnicos Variedades cultivadas: Tempraneras (ciclo corto), medianeras y tardías (ej. Red Creole) (Enciso Garay et al., 2019).

Manejo agronómico: Riego frecuente, control de plagas (Thrips tabaci) y enfermedades (mancha púrpura) (Miranda & Centeno, 1994).

Estrategias de Comercialización

Marketing agrícola: Kotler & Armstrong (2013) enfatizan la creación de valor para el cliente.

Cinco Fuerzas de Porter: Análisis de competencia y poder de mercado (Porter, 2008).

Metodología

Diseño: Investigación descriptiva, no experimental. Enfoque mixto: Cuantitativo: Encuestas al personal (n=15). Cualitativo: Entrevista al propietario. Periodo: Agosto-noviembre 2024.

Resultados

Procesos productivos: Siembra en almácigos, trasplante, riego por goteo y cosecha manual.

Comercialización: Ventas locales (80%) y regionales (20%), con precios entre ₡5,000-₡7,000/kg.

Limitaciones: Falta de infraestructura de almacenamiento y acceso a mercados internacionales.

Discusión

Los hallazgos coinciden con estudios previos en Itapúa (Maidana Dávalos, 2016), donde la rentabilidad depende de la gestión poscosecha. La propuesta de un centro de acopio — como sugiere Arriola (2016)— podría reducir pérdidas y mejorar precios.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones: “El Portal” evidencia el potencial de la cebolla en Misiones, pero requiere inversión en tecnología y capacitación.

Recomendaciones:

Implementar agricultura por contrato con supermercados.

Explorar certificaciones orgánicas para diferenciación en el mercado.

Bibliografía

Acurio, J. et al. (2019). Estrategias de negocios para pymes agrícolas. Lima: Editorial UPC.

Arriola, D. N. (2016). Factibilidad de un centro de acopio en J.A. Saldívar. Tesis UC.

Enciso Garay, O. et al. (2019). Manejo agronómico de la cebolla. Asunción: MAG.

FAO (2022). Perfil agroclimático de Paraguay. Roma.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Marketing. Pearson.

Maidana Dávalos, A. P. (2016). Producción de tomate en Itapúa. Tesis UNA.

Porter, M. (2008). Competitive Strategy. Harvard Press.

Anexos: Encuestas, mapas de ubicación, datos climáticos.

Artículo recibido: 15/10/2024 - Aprobado: 10/11/2024