

**UNIVERSIDAD NACIONAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA INCENTIVAR EL CONSUMO Y LA  
PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA FERIA EL TRUEQUE EN  
BARRIO EL CARMEN DE PASO ANCHO**

**Trabajo final de graduación sometido a consideración del Tribunal  
examinador para optar por el grado de  
Licenciatura en Planificación Económica y Social**

**SUSTENTANTE: EVELYN AUXILIADORA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ**

**HEREDIA COSTA RICA, OCTUBRE 2020**

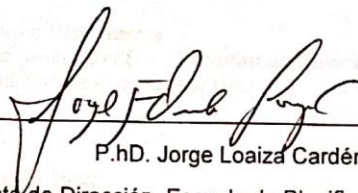


INTEGRANTES DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

GUSTAVO ADOLFO DIAZ GARCIA (FIRMA) Firmado digitalmente por GUSTAVO ADOLFO DIAZ GARCIA (FIRMA) Fecha: 2020.11.11 15:19:38 -06'00'

M.Sc. Gustavo Díaz García

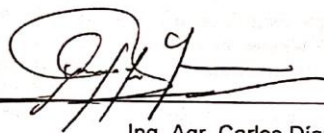
Representante del Decano, Facultad de Ciencias Sociales



---

P.hD. Jorge Loaiza Cardénas

Representante de Dirección, Escuela de Planificación y Promoción Social



---

Ing. Agr. Carlos Díaz Gómez

Tutor

HEINER MURILLO CHAVES (FIRMA) Firmado digitalmente por HEINER MURILLO CHAVES (FIRMA) Fecha: 2020.11.19 07:43:26 -06'00'

M.Sc. Heiner Murillo Chaves

Lector interno

ANDRES CORTEZ OROZCO Firmado digitalmente por ANDRES CORTEZ OROZCO Fecha: 2020.11.16 08:31:25 -06'00'

Lic. Andrés Cortez Orozco

Lector externo

## **Agradecimiento**

Gracias infinitas a Dios Todopoderoso, por permitirme llegar hasta aquí. A mis padres por el regalo de la vida, por la educación y por enseñarme a luchar por mis sueños. A mi esposo por creer en mí, por cada libro que me obsequió para poder levantar este proyecto; pero sobre todo por su paciencia y consejos. A don Carlos Díaz Gómez por su apoyo como Tutor, y a Andrés Cortés por su anuencia y apoyo como Lector Externo. A la Universidad Nacional que me permitió formarme y llevar en el corazón por siempre el sello UNA.

Evelyn Auxiliadora Rodríguez González.

## **Dedicatoria**

A mis padres a quienes les debo todo, a mi esposo quien ha sido mi soporte en todo momento y muy en especial a los productores de la Feria El Trueque, quienes son un ejemplo de vida saludable en armonía con la naturaleza. Gracias por indicarnos el camino a seguir.

Evelyn Auxiliadora Rodríguez González.

## Tabla de contenidos

Dedicatoria.....	iii
Abreviaturas.....	ix
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA .....</b>	<b>1</b>
1.1. Tema de investigación.....	2
1.2. Problema.....	2
1.3. Objeto de estudio.....	2
1.4. Objetivos de la investigación .....	2
Objetivo general .....	2
Objetivos específicos .....	2
1.5. Desarrollo del problema.....	3
1.6. Antecedentes de la Agricultura orgánica.....	6
1.6.1. La producción orgánica en Costa Rica.....	8
1.7. Reseña de la feria orgánica El Trueque.....	15
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>18</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
2.1. Agricultura convencional.....	19
2.2. Producción orgánica.....	21
2.3. Planeación estratégica .....	23
2.4. Comercio agrícola.....	26
2.5. Consumo .....	27
2.6. Estilos de vida saludable.....	29
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>31</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>31</b>
3.1. Población, muestra, análisis de actores y unidades de observación .....	32
3.1.1. Población:.....	32
3.1.2. Muestra:.....	32
3.1.3. Papel de la Junta Directiva .....	35
3.2. Enfoque investigativo seleccionado .....	38

3.3. Tipo de investigación.....	39
3.4. Instrumentos de medición de datos cualitativos y cuantitativos .....	40
3.4.1. Análisis documental .....	40
3.4.2. La entrevista.....	41
3.4.3. Observación.....	42
3.4.4. La encuesta .....	43
3.5. Proceso de recolección mediante método cualitativo .....	44
3.6. Limitaciones del objeto de estudio .....	45
3.7. MATRÍZ METODOLÓGICA .....	46
3.8. Estado de la cuestión.....	50
3.9. Políticas gubernamentales relacionadas .....	61
3.10. Cronograma de trabajo .....	66
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>67</b>
<b>RESULTADOS OBTENIDOS EN EL TRABAJO DE CAMPO .....</b>	<b>67</b>
4.1. Introducción.....	68
4.2. Características de los productores.....	81
4.3. Características de los consumidores.....	87
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>107</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN O PROPUESTA.....</b>	<b>107</b>
5.1. Acciones estratégicas, objetivos, actividades y resultados esperados .....	108
5.2. Beneficiarios.....	118
5.3. Calendario .....	119
5.4. Presupuesto costo de cada actividad .....	127
5.5. Plan de trabajo .....	135
5.6. Conclusiones.....	146
5.7. Recomendaciones .....	148
5.8. Referencias bibliográficas.....	150
<b>ANEXOS.....</b>	<b>161</b>

## Índice de cuadros

CUADRO 1.....	12
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS HACIA LA UNIÓN EUROPEA, COSTA RICA: 2017.....	12
CUADRO 2.....	13
EXTENSIÓN SEMBRADA EN HECTÁREAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN COSTA RICA.....	13
CUADRO 3.....	33
COMPONENTES DE LA FÓRMULA DE MUESTRA.....	33
CUADRO 4.....	35
MATRIZ DE ACTORES.....	35
CUADRO 5.....	46
MATRIZ METODOLÓGICA.....	46
CUADRO 6.....	50
SÍNTESIS DE TRABAJOS TEMÁTICOS REALIZADOS CON ANTERIORIDAD.....	50
CUADRO 7.....	61
POLÍTICAS GUBERNAMENTALES RELACIONADAS.....	61
CUADRO 8.....	63
LISTADO DE FERIAS ORGÁNICAS E INICIATIVAS COMERCIALES.....	63
EN EL ÁREA METROPOLITANA.....	63
CUADRO 9.....	66
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	66
CUADRO 10.....	70
CODIFICACIÓN DE ENCUESTA A PRODUCTORES.....	70
CUADRO 11.....	82
NIVEL EDUCATIVO DE LOS ENTREVISTADOS.....	82
CUADRO 12.....	83
INGRESO DE LOS PRODUCTORES EN LA FERIA REALIZADA CADA SÁBADO.....	83
CUADRO 13.....	84

<b>CUÁNTAS PERSONAS COMPRAN CADA SÁBADO A LOS PRODUCTORES</b> .....	84
<b>CUADRO 14</b> .....	85
<b>COSTO APROXIMADO PARA COLOCAR EL PRODUCTO CADA SÁBADO</b> .....	85
<b>CUADRO 15</b> .....	99
<b>DISPOSICIÓN A DEJAR DE CONSUMIR PRODUCTOS ORGÁNICOS POR LOS CONVENCIONALES</b> .....	99
<b>CUADRO 16</b> .....	104
<b>PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES RESPECTO DEL AMBIENTE DE LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE</b> .....	104
<b>CUADRO 17</b> .....	105
<b>RECOMENDACIONES PARA LA FERIA</b> .....	105
<b>CUADRO 18</b> .....	108
<b>ACCIONES ESTRATÉGICAS, OBJETIVOS, ACTIVIDADES Y RESULTADOS ESPERADOS.</b> .....	108
<b>CUADRO 19. BENEFICIARIOS</b> .....	118
<b>CUADRO 20</b> .....	119
<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....	119
<b>CUADRO 21</b> .....	127
<b>PRESUPUESTO COSTO DE CADA ACTIVIDAD</b> .....	127
<b>CUADRO 22</b> .....	135
<b>PLAN DE TRABAJO</b> .....	135

## Índice de gráficos

<b>GRÁFICO 1</b> .....	86
<b>COMPARATIVO, INTERRELACIÓN ENTRE INGRESOS Y GASTOS</b> .....	86
<b>GRÁFICO 2</b> .....	87
<b>PORCENTAJE DE CONSUMIDORES ASISTENTES A LA FERIA, SEGÚN DOMICILIO</b> .....	87
<b>GRÁFICO 3</b> .....	89
<b>AÑOS DE VISITA REGULAR A LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE POR PARTE DE LOS CLIENTES</b> .....	89
<b>GRÁFICO 4</b> .....	90
<b>PERCEPCIÓN DE PRECIO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN COMPARACIÓN CON PRODUCTOS TRADICIONALES, SEGÚN LOS CONSUMIDORES DE LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE</b> .....	90
<b>GRÁFICO 5</b> .....	92
<b>PORCENTAJE DE PERCEPCIÓN SOBRE LOS BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS</b> .....	92
<b>GRÁFICO 6</b> .....	93
<b>FRECUENCIA DE VISITA A LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE POR PARTE DE LOS CLIENTES</b> .....	93
<b>GRÁFICO 7</b> .....	95
<b>MOTIVOS DE VISITA DE LOS CLIENTES DE LA FERIA EL TRUEQUE</b> .....	95
<b>GRÁFICO 8</b> .....	97
<b>PORCENTAJE DE PRODUCTOS QUE SE ADQUIEREN EN LA FERIA EL TRUEQUE</b> .....	97
<b>GRÁFICO 9</b> .....	98
<b>PORCENTAJE DE CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA CANASTA BÁSICA</b> .....	98
<b>GRÁFICO 10</b> .....	100
<b>IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD SEGÚN LOS VISITANTES DE LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE PARA PROMOCIONAR CORRECTAMENTE EL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS</b> .....	100
<b>GRÁFICO 11</b> .....	101
<b>PERCEPCIÓN SOBRE LA PROMOCIÓN EN GENERAL QUE EXISTE EN COSTA RICA, SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS</b> .....	101



## **Abreviaturas**

AFAORCA Asociación de Familias Orgánicas de los Cerros Caraigres,

ANAI Asociación Nacional de Agricultores Indígenas (Organización no gubernamental de origen norteamericano)

ANAO Asociación Nacional de Agricultura Orgánica

ANAPAO Asociación Nacional de Pequeños Productores Orgánicos

APODAR Asociación de Productores Orgánicos de Alfaro Ruiz

APOETAR Asociación de Productores Ecológicos de Tapezco de Alfaro Ruíz

APPTA Asociación de Pequeños Productores de Talamanca

ARAO Acreditación y registro en agricultura orgánica

AUPA-UPA-NACIONAL: AUPA Asociación Centro de Capacitación del Agricultor

CEDECO Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense

CENAP Centro Nacional de Acción Pastoral

COPROALDE Coordinadora de Organizaciones no gubernamentales para un desarrollo Rural Alternativo

DARAO Dirección de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica

IICA Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

INA Instituto Nacional de Aprendizaje

IRET Instituto Regional de Estudios en Sustancias Tóxicas

JAICA Agencia de Cooperación Internacional Japonesa

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería

MAOCO: Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense

MICIT: Ministerio de Ciencia y Tecnología

OGM Organismos Genéticamente Modificados

PAO Programa de Agricultura Orgánica

PNAO Programa Nacional de Agricultura Orgánica

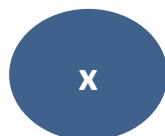
PTIC Pastoral de la Tierra de la Iglesia Católica

SEPSA: Secretaria de Planificación Sectorial Agropecuaria

TEPROCA Taller Experimental de Producción y Comercialización Agrícola

UCR Universidad de Costa Rica

UNA Universidad Nacional de Costa Rica



## **CAPÍTULO I.**

### **EL PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA**

### **1.1. Tema de investigación**

Producción y consumo de productos orgánicos de la feria orgánica El Trueque, ubicada en Barrio el Carmen de Paso Ancho, San José Costa Rica.

### **1.2. Problema**

Conocer ¿cuáles son los motivos por los cuales los productores de la feria orgánica El Trueque, cultivan productos orgánicos, y determinar si tiene alguna incidencia en el consumo de productos orgánicos?

### **1.3. Objeto de estudio**

La producción orgánica y su consumo en la feria El trueque.

### **1.4. Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo general**

Comprender las razones de preferencia de la producción de productos orgánicos y su consumo en la feria orgánica el Trueque, por parte de los productores y consumidores.

#### **Objetivos específicos**

1. Exponer las razones por los cuales los productores de la feria orgánica el Trueque cultivan productos orgánicos.
2. Describir los motivos de consumo de productos orgánicos de los clientes de la feria El trueque y mencionar sus necesidades y expectativas como propuesta de mejora para la feria.
3. Detallar los beneficios de la agricultura orgánica en el consumo y la producción.
4. Formular una propuesta estratégica dirigida al fortalecimiento de la feria El Trueque, como pionera en el mercado orgánico.

## 1.5. Desarrollo del problema

La agricultura orgánica es una alternativa productiva que ha despertado el interés de productores y consumidores a nivel nacional, por diversas razones. Se considera que una de las principales causas de cambiar a procesos de producción orgánicos, ha sido, el conocimiento de “las amenazas relacionadas con la salud y los problemas de degradación ambiental, que durante la última década han tenido alrededor del mundo, han generado conciencia en las sociedades sobre la necesidad de considerar opciones productivas que den tranquilidad y paz mental a los consumidores.” (Aguirre, 2009, p.13).

Dicho esto, es importante mencionar, en lo que atañe a las variables de esta investigación, como una de ellas, **la producción**. Resulta indispensable cuestionar ¿cómo ha sido la producción agrícola tradicional?

Cabe destacar que como es sabido, el tipo de agricultura tradicional deteriora de forma significativa el medio agrícola debido al uso plaguicidas, pues la recuperación de los impactos negativos es irreversible. Además, ha generado inseguridad alimentaria, contaminación de la producción, sin olvidar que ha causado intoxicaciones a algunos productores de la feria en estudio. Motivo que los llevó a formarse como productores orgánicos.

En cuanto a la salud de los consumidores, en un artículo escrito por Alexandra Cubero (22 de febrero, 2019). Denominado, Ticos con más apetito de productos saludables. La República, p. 12, Nacionales, señala que los consumidores buscan más opciones como productos orgánicos. Según el artículo, interpretamos que este tipo de productos está a disposición de los costarricenses como respuesta a la creciente preocupación de la población por la salud; ante lo expuesto, el comercio se ha dado a la

tarea de adecuar sus productos con esas características para satisfacer las necesidades y expectativas de un nicho de mercado conformado por una población cada día más consciente.

También, la nota periodística aludida, en una entrevista realizada a Ana Gabriela Alonso, Nutricionista del Automercado, expone que hay un genuino interés del consumidor en buscar más productos con características saludables, pues de igual manera la cadena de supermercados Walmart a través de Mariela Pacheco, Sub Gerente de Asuntos Corporativos, lo reafirma.

En el mismo artículo, en una entrevista realizada a Nancy Solano, del Colegio de Profesionales en Nutrición, señala que la tendencia saludable nace a partir de la preocupación de los consumidores por problemas de diabetes, hipertensión, obesidad, entre otros. Los cambios en el consumo se deben a más conocimiento y conciencia sobre la alimentación saludable y sostenible. Existe un interés de los consumidores por conocer de dónde provienen los alimentos que escogen para su consumo, sus formas de producción en una relación directa con el productor.

En contraste a lo ya apuntado, se considera que la producción de la feria orgánica El Trueque representa un espacio pionero para el crecimiento, expansión y consolidación del mercado de productos orgánicos en Costa Rica, bajo la filosofía de proveer productos que mejoren la calidad de vida de los consumidores, derivándoles beneficios a la salud, mejorando considerablemente el ambiente, a un precio razonable. Asimismo, significa un aumento de la producción pues la incentiva para venta de estos productos orgánicos.

En similar sentido, se considera que otra de las variables que convergen en esta investigación es **el consumo**. Acá las interrogantes recaen en verificar en la feria

orgánica El Trueque, mediante encuestas aplicadas a sus consumidores, tanto, ¿cómo se puede mejorar el consumo de este tipo de productos?, verificar si, ¿un consumidor orgánico puede reconocer que el consumo de productos orgánicos mejora su salud, protege el medio ambiente, fortalece la equidad, e incentiva un mercado justo?, así como también, determinar, ¿si es consciente que tal tendencia, promueve, propicia y demanda, sistemas productivos cada vez más eficientes?

Aunado a lo anterior, y en lo que atañe a definir el problema de investigación, el mismo es: **¿cuáles son los motivos por los cuales los productores de la feria orgánica El Trueque, cultivan productos orgánicos, y determinar, si tienen alguna incidencia en la demanda de productos?**

### **Desarrollo del tema**

Producción y consumo de productos orgánicos de la feria orgánica El Trueque, ubicada en Barrio el Carmen de Paso Ancho, San José Costa Rica.

La feria orgánica el Trueque como pionera en el país, sin duda alguna ha aportado una transformación cultural en cuanto a una significativa evolución de los hábitos de consumo de los compradores, pues mediante un trato directo con el cliente, los ha involucrado con el modelo de la feria: en esencia, más acorde con el medio ambiente y como un modelo a escala, para la promoción -país-,de una forma alternativa de desarrollo sostenible; aún y cuando aceptemos que esta producción, requiere sin duda más atención, involucramiento, paciencia, y esmero en el proceso como tal, versus la agricultura convencional. Esto incide en el precio de sus productos, sin embargo, el consumidor actual de la feria es consciente de esto y adquiere con gusto sus productos,

a cambio de todos los beneficios recibidos a partir del consumo de productos cosechados en armonía con la naturaleza, y por ende, libre de pesticidas, herbicidas, plaguicidas, etc.

Por lo anterior, conocer cuáles son los motivos por los cuales los productores de la feria orgánica El Trueque cultivan productos orgánicos, nos podría allanar el camino al otorgarse pistas”, respecto a si ¿existe alguna incidencia en el consumo de productos orgánicos?, y ¿en qué medida?

Lo que se pretende con ello es generar conocimientos útiles, recomendaciones y observaciones, a partir de la experiencia del productor y el consumidor de la feria El Trueque. Así los productores mejoren sus condiciones actuales, a partir de sus conocimientos y experiencia como feria pionera en el país, tomando en cuenta las necesidades y expectativas de los consumidores. Asimismo, se busca aumentar los conocimientos actuales de los productores y productoras de la feria orgánica El Trueque, con el fin de promover su crecimiento y que en su perfil de organización pionera, sirva de modelo o tendencia para la creación y desarrollo, tanto de nuevos y actuales mercados locales, como de productos orgánicos, favoreciendo de esta manera el impulso y comercialización de la agricultura orgánica en el país, y por qué no, hasta ayude a lograr en mayor o menor medida, independencia y autodeterminación alimenticia.

## **1.6. Antecedentes de la Agricultura orgánica**

De acuerdo con varios especialistas en agronomía que detallaré a continuación, se maneja la versión de que la agricultura orgánica nace desde hace milenios con nuestros antepasados, pero en tiempos contemporáneos se maneja según la nueva



corriente, que la misma toma fuerza en Estados Unidos y Europa alrededor de la década de los setenta, surgiendo como una respuesta a la revolución verde y a la agricultura convencional que se inicia a mediados del siglo XIX.

La agricultura orgánica rescata las experiencias tradicionales de producción, pero no retira los avances tecnológicos no contaminantes, al contrario, los incorpora y de esa forma los adapta a cada situación particular.

Según Carson Raquel Rachel 1961 (citado en Soto, 2003) llamó por primera vez la atención acerca del riesgo del impacto del abuso en el uso de pesticidas sobre la naturaleza. La evidencia de que producir sin agroquímicos era posible, aunado al riesgo ya evidenciado del uso de pesticidas, una mayor conciencia de los productores del riesgo que implica producir con agroquímicos, y el interés de los consumidores por seleccionar mejor sus alimentos, son lo que le dan fuerza al desarrollo y establecimiento de la agricultura orgánica como una alternativa productiva. El rol que juegan los consumidores en el desarrollo y establecimiento de la agricultura orgánica en los mercados debe ser resaltado, dado que, por primera vez, los consumidores reconocen que, a través de la selección de sus productos, ellos pueden tener un efecto sobre la salud del planeta y el bienestar de los pequeños productores. (p.5)

Por otra parte, para Lampkin 2009, (citado en Soto, 2003) el éxito de la agricultura orgánica se debe a que presenta una solución integral a los problemas del sector agropecuario: protección al ambiente, conservación de los recursos renovables y no renovables, mejora la calidad de alimentación y reorientación de la producción a áreas de mayor demanda del mercado. Por esta razón, los gobiernos europeos desde finales de la década de los años ochenta establecieron los incentivos para la producción

orgánica, que según el mismo Lampkin, son económicos, y la respuesta de los consumidores, los dos principales factores del éxito de la producción orgánica. (p.6)

Ahora bien se dice que en Estados Unidos, J.I. Rodale es el fundador del “Rodale Research Institute and Organic Farming and Gardening magazine”, quien es conocido como el padre del movimiento moderno de agricultura orgánica, por lo tanto de ahí se han creado grandes técnicas, como el sistema de información sobre métodos de producción agrícola sin químicos fundamentado en los sistemas en la India que persigue el devolver los residuos de cosechas, estiércol al suelo los desechos y promover la idea de trabajar con la naturaleza usando cosechas con raíces profundas que obtienen sus nutrientes del suelo.

### **1.6.1. La producción orgánica en Costa Rica**

Según la Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense CEDECO 2001, (citado en IBS Soluciones Verdes, 2013), la producción orgánica en Costa Rica inició a mediados de 1980, con la reseña productiva y comercial de hortalizas de los pequeños productores del Taller Experimental de Producción y Comercialización Agrícola (TEPROCA) en la provincia de Cartago, y de manera más formal a partir de 1984 con la experiencia hortícola de pequeños productores apoyados por una misión de cooperación japonesa que les ayudó en capacitaciones de agricultura orgánica, producción de abonos orgánicos, control de plagas y enfermedades. Estos productores formaron una de las organizaciones más importantes en el ámbito nacional, no sólo por la producción de hortalizas, sino también por su rol en la experimentación y capacitación de un gran

número de agricultores, técnicos, consumidores y otros actores que pasaron por sus fincas.

Estos productores que inicialmente conformarían Asociación de Productores Ecológicos de Tapezco de Alfaro Ruíz (APOETAR), con su empresa Jugar del Valle S.A. posteriormente serían conocidos bajo el nombre de Asociación de Productores Orgánicos de Alfaro Ruiz (APODAR) y hoy como Coope-Zarcero. (p.13)

Por su parte, García, (1999) y Damiani, (2002) coinciden en señalar la importancia de la agricultura orgánica en Costa Rica a partir de 1987, con la experiencia en la provincia de Limón, quienes con el apoyo la Asociación Nacional de Agricultores Indígenas (ANAI), establecieron contacto con el mercado de Estados Unidos y Europa, para comercializar cacao y banano orgánico certificado. (p.13).

A partir de la experiencia de APODAR, algunas ONG's e instituciones estatales, se interesaron por la producción orgánica y comenzaron a gestionar programas y proyectos para su fomento, entre los que destacaron en 1990 el proyecto conjunto de capacitación para pequeños productores en agricultura orgánica (PAO), la Universidad de Costa Rica y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) con sede en la Estación Experimental Fabio Baudrit; y en 1992, la creación de la Asociación Nacional de Agricultura Orgánica (ANAO), con el propósito de apoyar la legislación y certificación orgánica en el país, siendo desde esta asociación, que se crea la primera agencia certificadora nacional, bajo el nombre de ECO-LOGICA, en el 2007. (IBS Soluciones Verdes, 2013, p.13).

En este contexto, en palabras de Samandú 2006, la Cumbre de la Tierra realizada en julio 1992, en Río de Janeiro, la caída de los precios del café en el plano internacional

y la implantación de los programas de ajuste estructural en el ámbito nacional sirvieron para la realización de un estudio conjunto entre la Coordinadora de Organizaciones no gubernamentales para un desarrollo Rural Alternativo (COPROALDE) y CEDECO, para la identificación y revisión de las experiencias de desarrollo rural alternativo en diferentes puntos de Costa Rica. Los resultados alimentaron la primera jornada realizada en el país sobre agricultura orgánica, así como el primer encuentro nacional de agricultura biológica y tecnología apropiada. A finales de los 90's, ONG's como la Fundación Güilombé, Centro Nacional de Acción Pastoral (CENAP), ANAO, COPROALDE y CEDECO, se encargaron de difundir prácticas tradicionales y nuevos procedimientos para la agricultura orgánica, a través de la capacitación, la generación y comunicación de información, acerca de temas relacionados con la agricultura orgánica. (p.14).

Cabe destacar también como pioneros en esta década, el papel de APOETAR en el tema de hortalizas, de Asociación de Familias Orgánicas de los Cerros Caraigres, (AFAORCA) en el de café y el de acreditación y registro en agricultura orgánica (ARAO) en el de diversificación de fincas, en el área de conservación Arenal. Más adelante en 1999, fueron organizaciones como AUPA Asociación Centro de Capacitación del Agricultor AUPA-UPA-NACIONAL, Pastoral de la Tierra de la Iglesia Católica (PTIC), el Foro Emaús, el PNAO y la Secretaria de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA), quiénes se interesaron con las ONG's citadas en el párrafo anterior, por la promoción y consolidación del Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense (MAOCO). Con el pasar del tiempo, las diferentes labores desarrolladas por las ONG's, se fueron concentrando en el apoyo a nuevas experiencias de producción orgánica, el seguimiento de otras, la búsqueda de opciones de mercado, la elaboración de materiales didácticos

y la generación de espacios para el intercambio y la discusión. (IBS Soluciones Verdes, 2013, p.14).

Según el Servicio Fitosanitario del Gobierno de Costa Rica (2012), la superficie bajo agricultura orgánica en el país entre el año 2005 y el 2010 sufrió altibajos que según Barquero (2010) fueron resultado de obstáculos “culturales y prejuicios” que se presentan en la producción y la comercialización de los productos orgánicos. Mientras Amador y Cussianovich (2002), se lo atribuyen a la crisis económica mundial, y a los vaivenes de los precios de los productos orgánicos, en los mercados internacionales. (p.14).

No obstante, en nuestro criterio, más que de altibajos, se puede hablar de un estancamiento y reducción en su superficie, como consecuencia de la falta de recursos y servicios de apoyo, tanto públicos como privados para su desarrollo, la necesidad de un cambio de enfoque más comercial que socio ambiental y la disminución del apoyo por parte de la cooperación internacional. (IBS Soluciones Verdes, 2013, p.15).

Además, cabe destacar que El Servicio Fitosanitario del Estado posee sistemas estadísticos de la cantidad total de hectáreas dedicadas a la producción orgánica en Costa Rica, la última actualización se ha realizado en el año 2015, en donde la cantidad total pertenece a 11055 hectáreas que han sido registradas y acreditadas ante este ente.

El Servicio Fitosanitario del Estado también ha desarrollado estadísticas de los productos orgánicos que se exportan a otros países, la última actualización del 2017 se compone de la siguiente forma:

## CUADRO 1

### EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS HACIA LA UNIÓN EUROPEA, COSTA RICA: 2017

País	Productos exportados	Peso Neto (Kg)
<b>Alemania</b>	Café, azúcar, cúrcuma, jengibre, piña, puré de banano, banano deshidratado	1,363,776
<b>Bélgica</b>	Jugo de piña, piña, puré de banano	1,526,490
<b>España</b>	Piña, jugo de piña, puré de banano, jengibre	1,034,863
<b>Francia</b>	Azúcar y piña	579,280
<b>Holanda</b>	Papaya, jugo de piña, puré de banano, cacao, azúcar, piña, pulpa de guayaba	11,078,238
<b>Italia</b>	Azúcar, piña y jugo de moni	493,130
<b>Polonia</b>	Puré de banana	41,400
<b>Portugal</b>	Piña	93,220
<b>Finlandia</b>	Puré de banana	55,200
<b>Hungría</b>	Jugo de piña y puré de banano	60,000
<b>Suiza</b>	Azúcar, piña y puré de banano	440,117

Fuente: Servicio Fitosanitario del Estado (2017)

Adicionalmente se puede mencionar que, según análisis del Sexto Censo de Nacional Agropecuario, la extensión sembrada en hectáreas de productos orgánicos en Costa Rica es de la siguiente forma:

**CUADRO 2**  
**EXTENSIÓN SEMBRADA EN HECTÁREAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN**  
**COSTA RICA**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad en Hectáreas</b>
<b>Arroz</b>	68.5
<b>Ayote</b>	78.7
<b>Cebolla</b>	98.9
<b>Chile</b>	127.4
<b>Frijol</b>	911.6
<b>Lechuga</b>	125.9
<b>Maíz</b>	911.7
<b>Melón</b>	7.7
<b>Ñame</b>	161
<b>Ñampi</b>	183.8
<b>Papa</b>	122.2
<b>Sandía</b>	19.5
<b>Tiquisque</b>	171.3
<b>Tomate</b>	124.1
<b>Yuca</b>	1151.7
<b>Zanahoria</b>	50.5
<b>Aguacate</b>	171.11
<b>Banano</b>	1111,1
<b>Cacao</b>	397.6

<b>Café</b>	3126.1
<b>Caña de azúcar</b>	1098.6
<b>Chayote</b>	80.8
<b>Mango</b>	201.1
<b>Mora</b>	261.8
<b>Naranja</b>	194.6
<b>Palma</b>	1429.5
<b>Palmito</b>	463.9
<b>Papaya</b>	94.2
<b>Piña</b>	386.7
<b>Plátano</b>	724.4
<b>Rambután</b>	94.6

Fuente: Sexto Censo de Nacional Agropecuario (2014)

De acuerdo con dicho censo, en Costa Rica en un total de 572.966.1 de hectáreas dedicadas a la siembra se ha aplicado en el 63% algún tipo de químico, mientras que solamente un 5.7% se ha manejado los sistemas de agricultura orgánica. Así mismo en 436.329.4 de hectáreas se ha aplicado en el 66% de insecticidas mientras que solamente un 6.8% se ha manejado los sistemas de agricultura orgánica.

Finalmente, en un total de 381.446.5 de hectáreas dedicadas a la siembra se ha aplicado en el 74% algún tipo de fungicida, mientras que solamente un 3.7% se ha manejado los sistemas de agricultura orgánica.



## **1.7. Reseña de la feria orgánica El Trueque**

Las ferias del agricultor fueron concebidas como espacios para brindar mejores condiciones y oportunidades a agricultores y artesanos para el encuentro, la comunicación y la comercialización de sus productos, esto mediante el contacto directo entre productores y vendedores. La feria orgánica el Trueque cuenta con la mayoría de las ventajas que ofrecen las ferias del agricultor convencionales, sin embargo, trasciende el objetivo socioeconómico adicionando una perspectiva agroecológica, como un eje fundamental que articula el espacio, planteando condiciones y objetivos distintos en relación con otras ferias del agricultor.

La feria orgánica el Trueque es la primera feria del agricultor orgánica existente en Costa Rica incentivada por la cooperación de algunos productores locales y distintas organizaciones nacionales e internacionales. El proyecto inicia con una primera experiencia comercial de relativo éxito en 1994 que motivó una serie de esfuerzos en materia de capacitación sobre producción sostenible y competitividad, para que en 1999 se instalara oficialmente la feria del Trueque en Moravia.

A partir de esa fecha, el proyecto se desarrolla, inicialmente con un gran apoyo de la Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO) quienes colaboraron estrechamente en la gestión del espacio, el financiamiento y la capacitación de productores. Para el 2003 se funda la Asociación de Productores y Consumidores Orgánicos de Costa Rica (APROCO), organización encargada hasta el momento, de auto gestionar el espacio de la feria.

Desde el inicio del proyecto, y especialmente desde la desvinculación con CEDECO, El Trueque ha pasado por una serie de procesos a lo largo de 16 años que la

han fortalecido y consolidado como feria orgánica y como comunidad, pero que también han supuesto grandes retos en materia de sostenibilidad y autogestión del espacio. En este sentido, veremos cómo las actitudes y prácticas de productores, gestores y consumidores han sido fundamentales para el sostenimiento y crecimiento del espacio regido en forma significativa por principios de solidaridad.

Respecto de la visión de APROCO, la organización inicia su labor directiva estableciendo objetivos que discursivamente demuestran una voluntad de incentivar el crecimiento de la feria, apoyar a los miembros del colectivo, así como propiciar en términos generales, prácticas y relaciones sanas con el ambiente. Los objetivos planteados por APROCO pueden resumirse en los siguientes puntos:

- Ofrecer una oportunidad de sustento económico a los productores de la Feria.
  - Fortalecer la formación y la capacitación de los productores y sus familias en temas varios.
  - Incentivar la producción/consumo orgánico y difundir sus beneficios para la salud y el ambiente asegurando la calidad y variedad de los productos.
  - Implementar proyectos y actividades que beneficien el desarrollo de la feria.
- (Castañeda, Chaves – Chang, Segura Vargas, 2015, p. 33,34).

Cabe destacar que la feria orgánica el Trueque reúne a varios productores de diferentes zonas del país, el crecimiento de la participación aumentó considerablemente desde el día de su fundación a tal punto que en la actualidad once agricultores componen activamente semana a semana el desarrollo de dicho punto de encuentro con los consumidores.

La certificación de los productos por medio de un ente autorizado también es otra característica que poseen los productores, debido a que a manera de ser participantes de dicho espacio deben de contar con ella, de lo contrario no pueden colocar sus productos a la venta.

En resumen, la feria orgánica el Trueque además de ser la primera y pionera en las ferias del agricultor orgánicas existente en Costa Rica, es un motor que promueve un sistema alternativo de producción y consumo de productos orgánicos, fungiendo como un ejemplo para la sociedad costarricense.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## 2.1. Agricultura convencional

A modo de antecedente, Coletto (2004) señala que los sistemas, llamémoslos convencionales, de practicar la agricultura, que se han implantado a lo largo del siglo XX, se basan, en una tradición de milenios de agricultura de tipo productivista y están, por lo tanto, muy consolidados, aunque tienen el inconveniente de que presentan una gran dependencia del uso de agroquímicos y no garantizan, en muchos casos, la conservación de los recursos naturales. (p.221)

Por su parte la Ley de desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica No 8542, en su artículo 5 inciso b), en sentido similar establece que la actividad agropecuaria convencional es la actividad agropecuaria basada en la homogenización de los sistemas de producción, el aislamiento del producto de los elementos del ambiente, la labranza mecánica, la nutrición y la protección artificial, utilizando agroquímicos sintéticos y energía fósil. Para efectos de la presente Ley, es toda aquella actividad agropecuaria que no cumple los requisitos establecidos para ser considerada actividad agropecuaria orgánica.

Con respecto a las características de la agricultura convencional, vemos que Caldas Mejía, 2013 transcribe este tipo de agricultura se basa en dos principios, uno de ellos es maximizar la producción y el otro maximizar las ganancias económicas. El modelo agrícola convencional tiene como base seis prácticas fundamentales, estas son: labranza intensiva, monocultivos, irrigación, aplicación de fertilizantes inorgánicos, control químico de plagas y manipulación genética de los cultivos. (p.7).

A efectos de entender por qué surge la agricultura orgánica y con ella la feria El Trueque, consideramos imprescindible de previo, conocer las consecuencias de la agricultura convencional.

En este sentido, Ortega (2009) nos afirma y advierte que las nefastas consecuencias que la agricultura convencional está ocasionando debido a la contaminación de las aguas y del ambiente, la pérdida de fertilidad de la tierra, el aumento de la deforestación, y la expulsión de comunidades campesinas e indígenas, debido al uso intensivo de cantidades inmensas de químicos, fertilizantes sintéticos, semillas transgénicas, combustibles, y agrotóxicos arrojados sin control. Además, ha demostrado su capacidad de producción y rentabilidad a un costo extremadamente peligroso para la vida. (p.4,8).

Incluso el mismo autor, profundiza aún más y sostiene que el manejo y control absoluto de la producción de alimentos, la mercantilización del proceso de vida (biotecnología), la homogeneización de la agricultura a escala planetaria, son temas sobre los cuales existen muchas críticas. La sustentabilidad de este tipo de producción agrícola podría provocar un desastre ecológico incalculable haciendo imposible la permanencia de la vida en el planeta y/o la producción suficiente de alimentos para los miles de millones de seres hambrientos existente en el mundo. (Ortega, 2009, p.8)

Referente a la afectación de los fertilizantes en la salud, Cerisola, Domínguez, 1998 (citado en Caldas Mejía 2013) transcribe "Los fertilizantes inorgánicos usados en la agricultura convencional también pueden afectar negativamente la salud humana, este tipo de fertilización hace que los alimentos queden en algunos casos con altas dosis de elementos químicos presentes en la composición del insumo, además alimentos

obtenidos por agricultura convencional pueden quedar con dosis peligrosas de nitritos o nitratos que son tóxicos para el consumidor y son agentes cancerígenos sobre la salud. (p.18,19).

Asimismo, León 2007 y Gliessman 2007 (citado en Caldas Mejía 2013) transcribe "El uso de variedades vegetales genéticamente modificadas también puede tener implicaciones negativas sobre el organismo debido al cambio del genoma de la planta, como se puede ver existen diferentes pruebas sobre la peligrosidad que pueden tener estas prácticas agrícolas sobre la salud humana siendo esta otra razón para abandonar las practicas convencionales". (p.19).

Como construcción propia, entendemos la agricultura convencional como aquella que nace con el objetivo principal de producir masivamente para generar dinero en esa misma dimensión; dejando de lado el sentido esencial de la agricultura: cultivar la tierra respetando y cuidando los recursos naturales al tiempo que, busca el bienestar económico y social de las comunidades. Además, diremos que este tipo de agricultura depende de los plaguicidas para garantizar la producción de las cosechas, lo cual contamina como es sabido, el medio ambiente y perjudica tanto la salud de los productores y consumidores.

## **2.2. Producción orgánica**

Gowie 2002, nos indica que La producción orgánica se refiere al manejo de agroecosistemas con la finalidad de obtener una provisión de bienes agrícolas suficientes y sostenibles para el mercado nacional. Este manejo se basa en el respeto, el conocimiento y la responsabilidad hacia la biosfera. (p.1)

De tal suerte, la Ley de desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica N° 8542, en su artículo 5 inciso a) establece en un sentido muy similar y particularmente amplio, que la actividad agropecuaria orgánica es toda actividad agropecuaria y su agroindustria, que se sustente en sistemas naturales para mantener y recuperar la fertilidad de los suelos, la diversidad biológica y el manejo adecuado del recurso hídrico, y que propicie los ciclos biológicos en el uso del suelo. Desecha el uso de agroquímicos sintéticos, cuyo efecto toxico afecta la salud humana y el ambiente, así como el uso de organismos transgénicos.

Esta actividad, además de contribuir al equilibrio ambiental, tiende a un equilibrio sociocultural de las formas de organización comunitaria indígena y campesina, integra a las prácticas actuales los conocimientos tradicionales, genera condiciones laborales justas, defiende el derecho de las personas a producir alimentos sanos y prioriza el uso de recursos locales.

De forma aplicada específicamente al cultivo del banano, Moreira y Castro (2017), nos describen algunos beneficios, de la producción agroforestal orgánica, pues permite un manejo y uso sustentable de los recursos respetando los ecosistemas existentes mediante la promoción de sistemas productivos que permiten mantener un equilibrio entre lo agrícola y el ambiente. (p.8).

De tal suerte, según Moreira y Castro (2017), los sistemas de producción de banano orgánicos, y amigables con el ambiente, basan su manejo en el empleo de prácticas de conservación de suelos y aguas, aumento de la biodiversidad, uso de materia orgánica, utilización racional de insumos necesarios para la nutrición y el control



de enfermedades, integración de árboles dentro del cultivo, empleo de sistemas de monitoreo y alertas tempranas para el control de enfermedades, plagas y alteraciones climáticas, entre otros aspectos, que permiten modificar el entorno natural del sistema. Se favorece la producción y se contrarrestan los aspectos y factores que afectan el cultivo, permitiéndole, al mismo tiempo, mejorar su resiliencia y adaptarse mejor a las condiciones bióticas y abióticas negativas, favorecidas por el cambio climático. (p. 3)

Como construcción propia, entendemos que la producción orgánica en términos generales, es aquella actividad agrícola que se basa en prácticas naturales, diseñadas para la conservación del medio ambiente, y minimizando la huella ecológica, y además, de que sin necesidad del uso de agroquímicos sintéticos y de organismos transgénicos, incide positivamente en los productores y consumidores, y teniendo además, la posibilidad de garantizar mediante la respectiva certificación, su origen y constituyéndose en una manifestación de estilos de vida saludable.

### **2.3. Planeación estratégica**

Smith (2006) advierte que el término planificación estratégica se considera típicamente como un proceso formal, dilatado, complejo y costoso que se realiza por los ejecutivos de una organización o por una elite -grupo de planificadores-, que sesga su potencialidad como proceso interactivo y participativo. (p.195).

Steiner 1983 (citado en Laukión Borjas, 2018) la define como “el proceso de identificar y establecer los **objetivos y metas** de una organización”. (p.6)

Serna 1994, (citado en Laukión Borjas, 2018) plantea que es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarlas a partir del análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. (p.6).

Contreras (2000) lo define en mayor medida con enfoque de proceso como la determinación de la visión, misión, objetivos, políticas y estrategias de la organización. (p.44).

Según García, F. 1994 (citado en Laukión Borjas, 2018) la estrategia es un conjunto de decisiones coherentes, unificado e integrado, generalmente recogido en un plan formal, que determina y revela el propósito de la organización en términos de objetivos a largo y corto plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos. Reconoce los segmentos de negocio, donde la organización está operando en la actualidad e identifica los nuevos segmentos donde debería operar en el futuro, intenta alcanzar, en relación con sus competidores una ventaja competitiva sostenible a largo plazo en cada uno de sus negocios, pretende responder a las amenazas y oportunidades que plantea el entorno, y a las fortalezas y debilidades internas de la organización. (p.6).

Según Henry Mintzberg et al (2007) la planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación. Está entrelazada de modo inseparable con el proceso completo de la dirección, por tanto, todo directivo debe comprender su naturaleza y realización. Además, a excepción de algunas empresas, cuyos ejemplos serán tratados

en este libro, cualquier compañía que no cuenta con algún tipo de formalidad en su sistema de planeación estratégica, se expone a un desastre inevitable. Es la planeación más amplia de la organización, constituye planeación a largo plazo y concibe a la organización como un todo.

En este tipo de planeación los administradores deben detectar que debe realizar la organización para tener éxito en un lapso de 3 y 5 años hacia el futuro, lapso que se define de largo plazo. En planeación estratégica se sigue el principio del compromiso, por lo que los administradores no deben incurrir en costos de planeación a menos que se anticipe un rendimiento razonable sobre la inversión. Integrada por las estrategias que se derivan de la misión, la visión y los escenarios.

Sus principales características son:

- a) Está proyectada a varios años, con efectos y consecuencias previstos a varios años.
- b) Ampara a la empresa como una totalidad, abarca todos los recursos y áreas de actividades y se preocupa por trazar los objetivos a nivel organizaciones.
- c) Es definida por la cima de la organización y corresponde al plan mayor, al cual están subordinados todos los demás. (p. 7 y 8).

Asimismo, el concepto de planeación según Lerma y Kirchner (2012), en el lenguaje común, planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados, enmarcados en un tiempo determinado. También, se puede afirmar que planear consiste en la creación de un conjunto de órdenes confeccionadas a partir de la recolección, análisis y entendimiento de información.

La acción de planear está intrínsecamente asociada con nuestra capacidad para imaginar el futuro deseado. Estos términos van de la mano debido a que planear es más que una actividad común, un arte, el arte de interpretar los acontecimientos del presente para poder lograr los objetivos que se pretende en la medida que aplica el pensamiento creativo, imaginativo y analítico. (p.5).

Frente a la realidad de la feria orgánica El Trueque, y de acuerdo con lo que plantean dichos autores, iniciar un proceso de dinamismo frente al cambio, se convierte en un aspecto indispensable que requiere de la planificación para llevarlo a cabo, con el entendimiento de que la transformación de un contexto requiere de un aprendizaje constante, variable indispensable para que las organizaciones den una respuesta a favor de su crecimiento y logro de objetivos.

#### **2.4. Comercio agrícola**

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, se entiende por comercio la compraventa o intercambio de bienes o servicios.

En un sentido similar según P. Caldentey (Citado en García nieto, 1973), ha definido comercialización agraria como el “proceso que lleva a los productos agrarios desde la explotación agraria hasta el consumidor”, a veces se considera como proceso que debe seguir al proceso de producción, e incluso se ha considerado restringido a la distribución de productos a los consumidores. (p.137).

De tal suerte, interpretamos como elaboración propia que el comercio agrícola es aquel intercambio comercial o venta de productos agrícolas que tiene una connotación muy significativa, toda vez que representa ese umbral u objetivo que viene a garantizar

al productor, que para los efectos de esta investigación se centrará en el orgánico (como el propio de la feria El Trueque), esa remuneración económica por tan altruista actividad: sembrar sin contaminar el ambiente ni a las personas que consumen lo que se siembra orgánicamente.

## **2.5. Consumo**

Según el diccionario de la Real Academia Española (versión 2018), el término alude a utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades o deseos.

Como lo indican Byé, P; Fonte, M; 1992 (citado en Actas del II Congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica SEAE, 1996), el consumo de alimentos no es una mera ingestión de nutrientes, sino algo cargado de simbolismo y significado: el alimento no es ya sólo un producto energético y nutritivo, sino que va recuperando funciones originarias más complejas: curativas, lúdicas, de socialización, culturales y éticas. (p. 7).

Se advierte aquí, que algunas de estas funciones originarias como la de socialización entre productores y consumidores que trasciende a lo estrictamente comercial o monetario (como la parte de educación nutricional), son constatables en la feria orgánica El Trueque, e incluso, otras más, como las lúdicas y culturales, son constatables y recurrentes en otras ferias orgánicas como la Feria de Aranjuez en el barrio Aranjuez en San José, con las exposiciones de arte, música, comida, entre otros.

Nos contextualiza Beltrán (2002) que no fue hasta la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en 1992 cuando los gobiernos hicieron suyo el concepto de desarrollo sustentable en virtud del cual debían procurar el logro de sus metas económicas sin poner en peligro los recursos naturales para las generaciones

futuras. Desde entonces las empresas, tratando de satisfacer las necesidades de consumidores conscientes, han decidido desarrollar procesos de producción que contribuyan al desarrollo sustentable de la economía y la sociedad.

Uno de los elementos importantes en el que se centra la actividad comercial es la atención al consumidor, el cual comienza a desarrollar un consumo sustentable, que busca formar conciencia de la importancia y las consecuencias que tienen para el ambiente y la salud cada una de nuestras elecciones en el consumo. (p.193).

Según Calomarde 2000 los consumidores se encuentran ante una variedad de opciones de consumo, y pueden escoger aquellas que reducen el daño ambiental, como es el caso de los productos orgánicos que son los que cumplen las mismas funciones de los productos equivalentes, pero su perjuicio al ambiente es inferior durante todo su ciclo de vida.

En palabras de Aguirre *et al.*, 2003, parece haber consenso en que el consumidor percibe estos productos como de "mayor calidad" y "más sanos", así como "más respetuosos con el ambiente". (p.41)

De tal suerte, como construcción propia, el consumo de productos orgánicos supone la adquisición e ingesta de verduras, carnes, vegetales y frutas, cultivadas o producidas de forma orgánica, sea sin el empleo de productos sintéticos como fertilizantes, o antibióticos entre otros, de mayor calidad y saludables, y realizado armónicamente con la naturaleza.

## 2.6. Estilos de vida saludable

De modo introductorio, (Vargas, 2010) estableció que las corrientes de la epidemiología clásica comenzaron la adopción del término estilos de vida y salud desde las décadas de 1950 y 1960, logrando tener su máximo apogeo en la década de los ochenta, pues según Álvarez, 2012; y Vargas, 2010, es el momento en el que se presenta el mayor desarrollo investigativo en la materia, siendo usados los términos estilos de vida, estilos de vida en salud y estilo de vida saludable de manera indistinta y entendiéndose como sinónimos.

Consideran (Vargas, 2010; Guerrero et al, 2010) que no obstante es Marx Weber el mayor contribuyente en la construcción de estilo de vida y estilo de vida saludable. Desde su teoría de la racionalidad formal y las ideas acerca del estilo de vida, posibilitan el inicio para que otros autores apliquen las ideas propuestas por él en el desarrollo del concepto sobre estilo de vida en salud.

En este sentido Vargas, 2010; Cockerham, 2012 sostienen que Weber relacionó que el estilo de vida (Lebensstil) de las personas está dado por la conducta de vida (Lebensführung) y estas a su vez están condicionadas por las oportunidades de vida (Lebenchancen), considerando que las oportunidades de vida finalmente están determinadas por las circunstancias sociales, específicamente las socioeconómicas.

Becoña, Vásquez y Oblitas, 2000; Reynoso y Seligson, 2005; Rodríguez-Marín, (1995), estiman que, respecto al estilo de vida saludable, Infiesta, Bimella, Garrucho y March (2004), lo definen como el conjunto de pautas de conductas que tanto individual

como colectivamente de forma cotidiana mejoran la calidad de vida; por lo tanto, se relaciona directamente con las creencias acerca de las prácticas saludables, de riesgo y enfermedad (p.19). Advierte (Vives Iglesias, 2007), que, al hablar de estilo de vida saludable, nos referimos a comportamientos que disminuyen los riesgos de enfermar, tales como: un adecuado control y tratamiento de las tensiones y emociones negativas, un buen régimen de ejercicios, sueño y distracción; el control y la evitación del abuso de sustancias como cafeína, nicotina y alcohol; una correcta distribución y aprovechamiento del tiempo, etc.



## **CAPÍTULO III.**

### **MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Población, muestra, análisis de actores y unidades de observación**

**3.1.1. Población:** En la presente investigación, la población de estudio está conformada por los productores, consumidores y los miembros de la Junta Directiva de la feria El Trueque, estos serán los mayores informantes que tendrá la investigación. Se trata de once productores orgánicos, cien consumidores que visitan la feria cada sábado (según lo indicado por el administrador de la feria y comprobado en el campo ferial), asimismo seis de estos productores conforman la Junta Directiva.

**3.1.2. Muestra:** Es un subgrupo de la población. Se utiliza por economía de tiempo y recursos, implica definir la unidad de análisis, requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros.

En la presente investigación se utilizará una muestra probabilística de tipo aleatoria simple; la cual es la más común de los métodos de muestreo y se utiliza cuando todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Asimismo, se utiliza este tipo de muestra cuando la población, es reducida, homogénea y está a disposición del investigador.

Se utilizará una fórmula de estadística inferencial, obtenida del libro Introducción a la Estadística Inferencial, en la cual Barrientos (2006) afirma:

Donde

$n$  es el tamaño de la muestra,

$Z$  es el nivel de confianza,

$$n = \frac{z^2 \hat{P}(1 - \hat{P})}{e^2 + \frac{z^2 \hat{P}(1 - \hat{P})}{N}}$$

$p$  es la variabilidad positiva,

$(1 - p)$  es la variabilidad negativa,

$N$  es el tamaño de la población,

$e$  es la precisión o el error.

(p.160)

Es así como:

### CUADRO 3

#### COMPONENTES DE LA FÓRMULA DE MUESTRA

<b>Nivel de confianza</b>	<b>Z</b>	<b>1.95</b>
<b>Probabilidad de éxito</b>	<b>P</b>	<b>50%</b>
<b>Probabilidad de fracas</b>	<b>Q</b>	<b>50%</b>

<b>Error de estimación</b>	D	8%
<b>Tamaño de la Muestra</b>	n 0	148.5 4
<b>Tamaño de la muestra para la población infinita</b>	n 0	148.5 4
<b>Tamaño de la población</b>	N	100
<b>Tamaño de la muestra finite</b>		60

**De los productores** se entrevistó a la totalidad del universo (todos los productores de la feria orgánica el Trueque, 11 productores en total. Se aclara que los productores van a ser contabilizados en su totalidad, debido a que la cantidad de actores es muy reducida; por lo tanto, se realizó un censo.

**De los consumidores** se entrevistó un subgrupo de la población (60), mediante una muestra probabilística de tipo aleatoria simple, pues el único requisito que se consideró que deberían tener es que fueran consumidores de la feria El trueque.

### 3.1.3. Papel de la Junta Directiva

**Análisis de actores:** Del análisis de actores; se desglosa una matriz en la cual se describen, se caracterizan los actores involucrados y se detalla la relación que tienen este actor con el proyecto, además esta matriz contribuye a visualizar el impacto potencial del proyecto con el actor y el interés o expectativas que tiene este con el proyecto.

### 3.1.4. Unidades de Observación.

**CUADRO 4**  
**MATRIZ DE ACTORES**

<b>MATRIZ DE ACTORES</b>			
<b>Actores</b>	<b>Descripción del Actor</b>	<b>Impacto del actor en la investigación</b>	<b>Expectativas</b>
Junta Directiva feria orgánica El Trueque	Meneses (2012) afirma: "Iniciativa de emprendimiento productivo, en donde un grupo		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mayor ingreso de las familias productoras</li> <li>2. Salud de la población</li> </ol>

	<p>de productores y productoras se unen para formar una feria de productos orgánicos y se constituyen en asociación".</p> <p>(p.89)</p>	<p>Transformación de la gestión y organización de la Feria.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Empleo</li> <li>4. Cobertura de la Feria</li> <li>5. Creación de ferias similares a nivel nacional</li> </ol>
<p>Depto. Agricultura Orgánica del MAG</p>	<p>Instancia que apoya y promueve el desarrollo de la Agricultura orgánica en Costa Rica a través del fomento de la producción, transformación y comercialización de los productos orgánicos</p> <p>(tomado vía web)</p>	<p>Mejoramiento en Legislación, capacidades técnicas, gestión empresarial, sostenibilidad ambiental, económica y social</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas con Entes gubernamentales con el fin de promover espacios de diálogo y por ende un mayor apoyo de la temática a nivel nacional.</li> <li>• Políticas públicas</li> </ul>

El INA	Brindar servicios de capacitación y formación de personal e institucional para promover el desarrollo económico y social del país.	Crear líderes comunales que promuevan la producción orgánica a nivel nacional con base en la feria Trueque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento y mejora de la feria orgánica El Trueque.</li> <li>• Capacitación constante</li> <li>• Apoyo Institucional</li> </ul>
Consumidores	Informado, de mediana edad, preocupado por la salud, ingreso muy superior al promedio (demanda real), identifica los problemas, sabe porque compra.	Identificación de la demanda de productos orgánicos que consume la población	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor consumo de productos orgánicos</li> <li>• Satisfacción de necesidades</li> <li>• Variedad de productos</li> <li>• Consumidor educado e informado</li> </ul>
Productores	Meneses (2012) afirma. "El	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de una oferta de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento</li> <li>• Capacitación</li> </ul>

	<p>productor es visto dentro del entorno familiar, de su finca y región como un actor que promueve el desarrollo y que propicia el trabajo comunitario” (p.26)</p>	<p>productos orgánicos estable para la población</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar las circunstancias en las que está inmersa la situación productiva de los productores</li> <li>• Mayor innovación en la oferta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio físico</li> <li>• Mayor oferta de productos</li> <li>• Mejor ubicación</li> <li>• Precios accesibles</li> <li>• Incentivos gubernamentales</li> </ul>
--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia (2019)

### 3.2. Enfoque investigativo seleccionado

En este caso es analítico-mixto, es analítico porque según Abad, P. (2009). “Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado”. (p 94). Según dicho autor, este método en la investigación es necesario para la fase de revisión de la literatura en la interpretación de información y en el análisis de datos, por otra parte, en cuanto a la comparación se utiliza cuando se compararan las variables entre los resultados.



Es mixto porque según lo describen Chen, 2006; Johnson et al., 2006 (Citado en Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010), los métodos de investigación son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una "fotografía" más completa del fenómeno. Estos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales ("forma pura de los métodos mixtos"). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio ("forma modificada de los métodos mixtos"). (p. 546).

### **3.3. Tipo de investigación**

Es exploratoria ya que, según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010) describen que cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. Por ejemplo: El incremento del consumo de productos orgánicos en la feria El Trueque en Barrio el Carmen de Paso Ancho.

Es explicativa, ya que según la descripción del mismo autor; están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. (p. 79).

Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o porqué se relacionan dos o más variables. Por ejemplo: el factor educación y capacitación técnica relacionados con una

mayor producción y de mercadeo de los productos orgánicos comercializados en la feria el trueque.

### **3.4. Instrumentos de medición de datos cualitativos y cuantitativos**

Según describen Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades a seguir, ya que integran la estructura por medio de la cual se organiza la investigación. Las técnicas tienen como objetivos: Ordenar las etapas de la investigación, aportar instrumentos para manejar la información, llevar un control de los datos y orientar la obtención del conocimiento.

A continuación, se presentarán los instrumentos y métodos de recopilación de la información que se utilizarán en la investigación.

#### **3.4.1. Análisis documental**

Como afirmará luego, Barrantes (2006) señala que el análisis de contenido es una técnica para estudiar la comunicación objetiva, sistemática y cuantitativamente. Con este análisis puede hacerse inferencias válidas y confiables de datos dentro de un contexto. Los procesos de comunicación están inmersos dentro de diversos contextos. Este análisis puede darse a cualquier forma de comunicación. Por ejemplo, programas de televisión y radio, artículos de periódicos, libros, conversaciones, discursos, reglamentos, entre otros; que sirven para estudiar personalidades, conocer actitudes de grupos, descifrar mensajes publicitarios. (p.199)

### 3.4.2. La entrevista

Ramos Chagoya (2008) la define como una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo. Los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. (p.19)

Acerca del mismo tema, Savin-Baden y Major (2013) y King y Horrocks, (2010) (citado en Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) plantean que "la entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa. (p. 403).

Respecto de los tipos de entrevista, Ryen, 2013 y Grinnell y Unrau, 2011 (citado en Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) nos indican que "Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas. En las primeras, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden). Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla.

Regularmente en la investigación cualitativa, las primeras entrevistas son abiertas y de tipo "piloto", y van estructurándose conforme avanza el trabajo de campo. Regularmente el propio investigador conduce las entrevistas". (p.403).

En este mismo orden de ideas, López Estrada y Deslauries (2011, p. 1) agregan que la entrevista tiene un importante potencial complementario en relación con los estudios cuantitativos, en donde su aportación concierne al entendimiento de las creencias y experiencia de los actores. En este sentido la entrevista es pertinente, ya que contribuye a situar la cuantificación en un contexto social y cultural más amplio.

### **3.4.3. Observación**

En lo que atañe a este concepto, según describen Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010, p. 260), este método de recolección de datos consiste “en el registro sistemático, válido, confiable de comportamientos y situaciones observables”.

Por consiguiente, según Salinas (2010), ésta se basa en la observación de los fenómenos, características, situaciones, variaciones, etc. del asunto que se quiere investigar. Solo se observa, sin manipular, cambiar o variar nada. Luego, las observaciones hechas se pueden registrar para posterior análisis. (p.18).

Otro aspecto señalado por Martínez (2007), es que la observación y fundamentalmente los registros escritos de lo observado, se constituyen en la técnica e instrumento básico para producir descripciones de calidad. Dichos registros se producen sobre una realidad, desde la cual se define un objeto de estudio. Vale la pena destacar que tanto la observación como el registro se matizan en el terreno, en el que la experiencia y la intencionalidad del investigador imperan sus cuestionamientos. (p.74)

En este mismo orden de ideas Ramos Chagoya (2008) plantea que, la, impulsa el desarrollo de nuevos hechos que pueden tener interés científico, provoca el

planteamiento de problemas y de la hipótesis correspondiente observación estimula la curiosidad. Asimismo, la observación puede utilizarse en compañía de otros procedimientos o técnicas (la entrevista, el cuestionario, etc.), lo cual permite una comparación de los resultados obtenidos por diferentes vías, que se complementan y permiten alcanzar una mayor precisión en la información recogida. (p.4).

#### **3.4.4. La encuesta**

Por otra parte, Salinas (2010) agrega que las encuestas se utilizan cuando se desea conocer a fondo ciertas condiciones especiales. Cuando se buscan aspectos que el encuestado no quiere decir directamente porque atañe a la política, vida familiar, sexo, entre otras. (p.67).

Del mismo modo, Ramos Chagoya (2008) señala que la encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista, la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos. (p.21)

Cabe considerar por otra parte lo que describen Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010) Las encuestas de opinión son consideradas por diversos autores como un diseño o método. En la clasificación de la presente obra serían consideradas investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales-causales, ya que a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y a veces de ambos. Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican

en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.). (p.159).

En relación con este tema, Barrantes Echavarría (2006) plantea que hay dos tipos principales: las que se aplican en forma escrita y que se denominan cuestionario y las que se aplican oralmente y se les llama entrevista.

El uso de encuestas en una investigación, requiere de ciertas reglas que nos permitan acceder a la información en forma científica. La primera es que debe ser un proceso sistemático, que cualquier investigador que repita su aplicación obtenga los mismos resultados. La única forma de saber lo que las personas piensan es preguntando a estas. El mismo autor señala, que elegir bien a los sujetos objetos del cuestionamiento, seleccionar adecuadamente las preguntas, definir el tipo de encuesta por aplicar y organizar las respuestas para ser analizadas, deben ser objetivos de la planificación de una buena encuesta. (p.186).

### **3.5. Proceso de recolección mediante método cualitativo**

En otro orden de ideas, Torres y Paz (2014) describen las fuentes de información como todos aquellos medios de los cuales procede la información, que satisfacen las necesidades de conocimiento de una situación o problema presentado, que posteriormente será utilizado para lograr los objetivos esperados. De acuerdo a su origen se clasifican en:

- Fuentes primarias
- Fuentes secundarias. (p.3)

Las fuentes primarias son aquellas en las que los datos provienen directamente de la población o muestra de la población, en el caso de la feria El Trueque se realizaron entrevistas y encuestas a productores y consumidores mientras que las fuentes secundarias son aquellas que parten de datos preelaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación, y para el caso en cuestión análisis documental y revisión y análisis de documentos universitarios. Asimismo, con respecto a la técnica, Gortari, 1979 (citado en Barrantes, Echavarría 2006), la transcribe como un procedimiento, o conjunto de procedimientos, regulado y provisto de una determinada eficacia. Las técnicas constituyen una de las partes más adelantadas de la actividad científica. (p.50). Podría decirse que la técnica es el instrumento o los medios utilizados para llegar a la meta.

Las técnicas pueden clasificarse en: técnicas de recolección de la información y técnicas de medición.

Técnicas: Entrevista estructurada y revisión documental. A través de las técnicas mencionadas se logrará recabar la información necesaria para el alcance de los objetivos.

### **3.6. Limitaciones del objeto de estudio**

Limitación temporal: En la presente investigación se realizaron visitas de campo y aplicación de cuestionarios, tanto de productores como de consumidores de la feria orgánica El Trueque, en los meses de enero y febrero del año 2018.

Limitación espacial: Se estudió mediante visitas de campo y cuestionarios la opinión de productores y consumidores de la feria orgánica el Trueque, ubicada en Barrio El Carmen de Paso Ancho, en San José Costa Rica.

### 3.7. MATRÍZ METODOLÓGICA

**CUADRO 5.  
MATRIZ METODOLÓGICA**

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Variables de Investigación</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
<b>Conocer los motivos de la preferencia de producción de productos orgánicos y su consumo en la feria orgánica el Trueque, por parte de los</b>	1.Describir los motivos por los cuales los productores de la feria orgánica el Trueque cultivan productos orgánicos.	Motivos de Producción Competencias y Conocimientos Inseguridad Alimentaria Intoxicaciones por Plaguicidas	Requisitos Beneficios Producción Características Recomendaciones Experiencias Ingresos Cartera de clientes Gastos Nivel Educativo	Primaria	Análisis documental          Entrevistas



productores y consumidores.			Cantidad de Hectáreas por producto		
	2.Describir los motivos de consumo de productos orgánicos de los clientes de la Feria El Trueque y mencionar sus necesidades y expectativas como propuesta de mejora para la Feria.	Hábitos de alimentación Percepción del consumidor Salud Educación Degradación ambiental Conocimiento y conciencia	Motivos de consumo Cantidad de años Precios Alimentación Nutrición Prevención de enfermedades Capacitación	Primaria	Análisis documental  Encuesta

	<p>3.Describir los beneficios de la Agricultura Orgánica en el consumo y la producción.</p>	<p>Consumo Producción</p>	<p>Estilo de vida saludable Prevención de enfermedades Equilibrio agrícola - ambiental Prevención de intoxicación de Productores y del medio ambiente (reservas de agua, suelos, calidad del aire).</p>	<p>Secundaria</p>	<p>Análisis documental Entrevista Bibliografía</p>
	<p>4.Formular una propuesta estratégica dirigida al fortalecimiento</p>	<p>Objetivos Acciones Recursos</p>	<p>Mecanismos publicitarios Promoción Percepción</p>	<p>Primaria</p>	<p>Análisis de Información Encuestas</p>

	de la Feria El Trueque, como pionera en el mercado orgánico.		Recomendaciones		
--	--	--	-----------------	--	--

### 3.8. Estado de la cuestión

Con el fin de describir el análisis de los estudios realizados con el tema de investigación, se presenta a continuación una síntesis de trabajos elaborados con anterioridad, como es el caso de informes, memorias de talleres, revistas, tesis y trabajos de investigación. Lo que permite explorar, condensar y comprender a partir de la información un análisis de relaciones y diferencias que los materiales analizados muestran.

**CUADRO 6**

**SÍNTESIS DE TRABAJOS TEMÁTICOS REALIZADOS CON ANTERIORIDAD**

<b>Autor</b>	<b>Tipo de Publicación</b>	<b>Nombre de la Publicación</b>	<b>Objetivos perseguidos por la publicación</b>	<b>Principales hallazgos de la investigación</b>
<b>Andrea Meneses Rojas</b>	<b>Tesis</b>	Evaluación de efectos en las condiciones de vida de las y los productores Orgánicos de la Feria El Trueque, a doce años de su formación.	<b>Objetivo general de la evaluación</b> Evaluar los efectos en las condiciones de vida de las y los productores de la Feria El Trueque, a doce años de su formación.	<b>La autora describe los siguientes hallazgos:</b> Objetivos y valores comunes. Cohesión grupal. Solidaridad. Sostenibilidad.

			<p><b>Objetivos</b></p> <p><b>específicos:</b></p> <p>1. Analizar de qué manera el desarrollo organizativo que ha tenido la Feria durante doce años ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad de la iniciativa.</p> <p>2. Determinar el efecto de la participación en la Feria El Trueque en las dinámicas familiares y productivas de las familias agricultoras orgánicas.</p> <p>3. Establecer la incidencia de la Feria El Trueque en las</p>	<p>Vínculos fuertes con el consumidor/a. Se están realizando acciones para mejorar los procesos administrativos. Satisfacción de las y los consumidores. Fidelidad de parte de las y los consumidores.</p> <p><b>Retos</b></p> <p>Consolidar el modelo autogestionario. Promover liderazgos y empoderamiento de</p>
--	--	--	---	---

			condiciones socioeconómicas de las y los productores	<p>Todos los integrantes de la Feria.</p> <p>Promover la confianza y las buenas relaciones entre el grupo.</p> <p>Mejorar los procesos de planificación y administración.</p> <p>Mejorar las Ventas: equilibrio entre la oferta y la demanda.</p> <p>Mejorar la infraestructura.</p> <p>Mayor promoción y divulgación de la Feria</p>
<b>LéaAudibert González</b>	Trabajo de Investigación,	Comparación de Ferias del	Objetivo general:	Existe una gran diferencia de

<p><b>Adrián Romero Molina</b></p>	<p>curso: Introducción a la Sociología II, Universidad de Costa Rica</p>	<p>Agricultor de Plaza Víquez y Feria Verde de Aranjuez</p>	<p>Descubrir factores que determinen diferencias entre los productores / consumidores de la feria de Plaza Víquez y la feria Verde de Aranjuez.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Analizar lo que conlleva la distinción de los dos modos de producción utilizados en ambas ferias.</p> <p>Comparar el presupuesto de los consumidores en ambas ferias.</p> <p>Comparar la variedad y la cantidad en la</p>	<p>precios entre ambas ferias. La Feria Verde cuenta con precios más altos.</p> <p>Las personas que asisten a la feria verde son un grupo diferenciado que apoya el cambio.</p> <p>Las personas que compran allí lo hacen porque realmente lo necesitan para su salud o bien porque pueden pagar el precio de sus productos.</p>
------------------------------------	--	---	---	--

			oferta de productos ofrecidos en las ferias	La cantidad de producto entre ambas ferias varía mucho tanto en tamaño como en número
<b>Felicia Echeverría Miguel Castro, Vilma Arias</b>	Memoria de taller	Programa Nacional de Agricultura Orgánica, Plan de Acción 2000	Establecer los lineamientos estratégicos encargados de guiar el accionar del Programa Nacional de Agricultura Orgánica	Se encontraron necesidades de apoyo identificadas en un proceso de consulta con el fin de proponer acciones concretas para atender dichas necesidades
<b>Gabriela Soto</b>	Memoria Taller	Agricultura Orgánica: una herramienta para el desarrollo rural sostenible y la	Establecer un medio para la movilización de inversiones en diversos campos orientadas a la conservación de los	Bajo ciertas condiciones la producción orgánica es una actividad que presenta



		reducción de la pobreza.	recursos naturales y el establecimiento de políticas que buscan aumentar la productividad y mejorar la competitividad de las actividades productivas en el ámbito rural	oportunidades para contribuir al alivio de la pobreza en el sector rural. La agricultura orgánica es más que una técnica alternativa de producción. Es necesario el estudio de las experiencias estudiadas y así determinar los aspectos críticos y adaptarlos a las necesidades de los pequeños productores.
<b>Jaime E. García</b>	Revista	Agricultura Orgánica en Costa Rica	Caracterizar la variabilidad de la terminología	Se ha destacado la potencialidad que tiene Costa

			<p>relacionada con la denominación de agricultura orgánica. Describir las consideraciones y ejemplos que resaltan la productividad y rentabilidad económica de la agricultura orgánica en diversos cultivos.</p>	<p>Rica para favorecer la implementación de la agricultura orgánica y la posición del Estado. Se ha logrado enfatizar en la necesidad, urgencia y conveniencia de emprender acciones tendientes a lograr la difusión y consolidación de los principios de la agricultura orgánica en Costa Rica</p>
<b>BettinaLutterbeck</b>	Revista	Más sano y con sabor más natural	N/P	En Costa Rica, igual que en los países

		<p>¿Quiénes compran alimentos orgánicos y por qué?</p>		<p>industrializados, los consumidores regulares de productos orgánicos son de un alto nivel académico, con ingresos promedios familiares mensuales elevados. Las consumidoras regulares (encuestadas en ferias orgánicas) destacan que los alimentos orgánicos tienen un impacto favorable en la salud y una relación positiva</p>
--	--	--	--	--

				con el medio ambiente. El mercado de productos orgánicos en Costa Rica es incipiente, al igual que la conciencia y el nivel de información de los consumidores en general
<b>Pedro Cussianovich, Kenneth Solano</b>	Memoria de taller	Sistemas de garantía para productos orgánicos en mercados locales e internacionales	Propiciar consideraciones importantes como resultado de la videoconferencia efectuada el 28, 29,30 de setiembre del 2009 en San José de Costa Rica, coordinada por el Programa	Muchos países actualmente desarrollan e implementan diferentes normativas e iniciativas de control en los sistemas de garantía para productos

			<p>Hemisférico de Agricultura Orgánica del IICA</p>	<p>orgánicos. Se logró establecer necesidades y resolver inquietudes de manera conjunta con respecto a los diferentes sistemas presentados. Se logró evidenciar la importancia de contar con una plataforma hemisférica para la discusión de temas relevantes que promuevan el desarrollo integral de la agricultura orgánica y de los</p>
--	--	--	---	--

					mercados locales y nacionales.
<b>Karina Torres</b>	<b>López</b>	Informe	El mercado de productos orgánicos: oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable costarricense	Presentar un análisis sobre el mercado de productos orgánicos en el nivel mundial, detallando los aspectos más relevantes de la oferta y demanda, así como las tendencias que impulsan el crecimiento del mercado.	Se logró detallar las principales tendencias que impulsan la demanda de productos orgánicos, se evaluó el mercado orgánico nacional y las potenciales oportunidades que surgen de dichos productos

Fuente: Elaboración propia (2019)

### 3.9. Políticas gubernamentales relacionadas

**CUADRO 7**

**POLÍTICAS GUBERNAMENTALES RELACIONADAS**

Política gubernamental relacionada	Descripción
<b>Programa Nacional de Agricultura Orgánica</b>	Mediante un decreto ejecutivo, el gobierno de Costa Rica en 1994 crea el Programa Nacional de Agricultura Orgánica con el fin de promover y apoyar el desarrollo de la agricultura orgánica en nuestro país, fomentando la comercialización, producción y transformación de los productos orgánicos.
<b>Ley orgánica del ambiente 7554 de 1995</b>	Dicha ley concede al Estado Costarricense y a la ciudadanía los instrumentos necesarios para obtener un ambiente sano y ecológico equilibrado.
<b>Ley de protección fitosanitaria 7664 de 1997 y su reglamento decreto 36801 del 2011</b>	Tiene como uno de sus objetivos regular el uso y manejo de sustancias biológicas, químicas o afines aplicables en la agricultura con el fin de proteger la salud y el ambiente.

<p><b>Ley de Desarrollo, Promoción y Fomento de la Actividad Agropecuaria Orgánica 8591 del 2007 y su reglamento decreto 35242 del 2009</b></p>	<p>Su principal objeto es garantizar el cumplimiento de los objetivos de desarrollo, promoción, gestión y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, fortaleciendo los mecanismos de promoción y control de los productos derivados de dicha actividad, procurando su rentabilidad y competitividad.</p>
<p><b>Decreto Ejecutivo 29782 del 2001</b></p>	<p>Modifica al Decreto Ejecutivo 25834 de 1997 y al Decreto Ejecutivo 29067 del 2000, se decreta el Reglamento sobre la Agricultura Orgánica, sostiene que la misma es de suma importancia para Costa Rica, en relación con la salud, conservación del ambiente, generación de fuentes de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.</p>

Fuente: Elaboración propia (2019)

La anterior recopilación de normativa, en relación a la agricultura orgánica costarricense, pretende contextualizar de manera sucinta, las diversas funciones que las instituciones estatales han asumido al respecto, y así facilitar las bases para posteriormente establecer en la propuesta estratégica, las alianzas requeridas.



También resulta de interés que, muchas de las ideas que en términos generales ahí se expresan (en la aludida legislación), fueron mencionadas de forma recurrente, tanto por productores como consumidores de la feria orgánica El Trueque. A modo de ejemplo, la conciencia de que la agricultura orgánica contribuye, con un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, ayuda a la protección de la salud humana, además de la necesaria, promoción, gestión y fomento de la agricultura orgánica.

De seguido se expondrá en el siguiente cuadro, el listado de los diferentes sitios que se dedican a comercializar productos orgánicos, particularmente en el área metropolitana. La información se obtuvo, mediante la observación del trabajo que realizan otras ferias orgánicas, así como iniciativas comerciales de cara al cumplimiento de los objetivos.

### CUADRO 8

#### LISTADO DE FERIAS ORGÁNICAS E INICIATIVAS COMERCIALES EN EL ÁREA METROPOLITANA

Iniciativa	Descripción
<b>Feria Verde Aranjuez, Plaza Mayor y Villa Colón</b>	Inaugurada en 2010, pretende ser un encuentro participativo en un ambiente sano y amigable
<b>Mercadito Azul, Cartago</b>	Es la primera feria de productos orgánicos, naturales, artesanales y agroecológicos de Cartago, se fundó en el año 2016.

<p><b>La Verbena, Alajuela</b></p>	<p>Es un lugar diseñado para la difusión de publicaciones y materiales educativos relacionados con la cultura verde, la comida sana, agricultura orgánica y protección del medio ambiente.</p>
<p><b>Mercado Natural de Curri, Curridabat</b></p>	<p>Pretende ofrecer productos naturalmente orgánicos, eco-sostenibles y criollos a precios accesibles, en un espacio ecológico, educativo y artístico</p>
<p><b>Mercado Contemporáneo Km0, Escazú</b></p>	<p>Es una feria que reúne productores locales que comercializan productos gourmet y artesanales</p>
<p><b>Green Center, Santa Ana</b></p>	<p>Green Center es el primer Supermercado Orgánico de Costa Rica, se caracteriza por la venta de líneas de productos amigables con el medio ambiente y la salud en todas las categorías.</p>
<p><b>Joe'sMarket, Escazú</b></p>	<p>Mini Mercado de productos orgánicos y carnes fundado en el 2016.</p>

<b>Organic Manía, Sabanilla</b>	Es una tienda de productos orgánicos, veganos y libres de gluten.
<b>El Mercadito Sano y Natural, San Rafael de Heredia</b>	Proyecto dedicado a la venta de productos alimenticios y artesanales, o que han sido producidos de forma amigable con el ambiente.
<b>Orgánico a su casa, Barrio Escalante</b>	Compañía online pionera en el mercado de productos orgánicos, de pastoreo, gourmet y saludables.
<b>Ayni Tienda Orgánica, Santo Domingo de Heredia</b>	Proyecto online que se dedica a la elaboración de alimentos procesados artesanalmente a base de productos orgánicos y a la distribución de productos ecológicos por medio del comercio sostenible.
<b>Mundo Verde, Moravia</b>	Tienda de productos nacionales, orgánicos, veganos, vegetarianos, ecológicos y libres de gluten.

Fuente: Elaboración propia (2019)

El listado arriba elaborado, supone un insumo importante para los productores de la feria orgánica El Trueque, toda vez que permite graficar cuánta competencia hay en el mercado y a partir de ello, alcanzar no sólo una adecuada retroalimentación sino que además, les otorga un análisis del estado de situación de los productos que ellos

comercializan en este momento y generar así, una propuesta de valor diferenciadora y con contenido que les faculte sacar mayor provecho de lo que hace la competencia, tomando en cuenta que la feria El Trueque es la pionera en su especie.

### 3.10. Cronograma de trabajo

**CUADRO 9**  
**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - DURACIÓN: 26 SEMANAS (INICIA LA 1ERA SEMANA DE SETIEMBRE, 2019 FINALIZA LA 1ERA SEMANA MARZO, 2020)												
ACTIVIDAD	1, 2, 3	4 y 5	6 y 7	8, 9 y 10	11 y 12	13	14 y 15	16	17, 18, 19, 20, 21, 22	23, 24, 25	26	
1, 2 y 3	Ajuste del Anteproyecto											
4 y 5	Establecer contacto con la población objeto de estudio											
6 y 7	Elaborar o ajustar instrumentos para la recolección de información											
8, 9 y 10	Elaborar Marco Teórico											
11 y 12	Aplicar el Instrumento y recoger información											
13	Procesar datos											
14 y 15	Describir los resultados											
16	Analizar los resultados											
17, 18, 19, 20, 21, 22	Elaborar o redactar el informe final											
23, 24, 25	Revisión del Informe final por parte del Tutor											
26	Entregar el Informe final											

## **CAPÍTULO IV.**

### **RESULTADOS OBTENIDOS EN EL TRABAJO DE CAMPO**

#### **4.1. Introducción**

En este apartado se analizarán, los resultados obtenidos en el respectivo trabajo de campo.

Valga recordar en términos generales que según (Meneses 2012) al principio de los años noventa, en Costa Rica, se empieza a promover la agricultura orgánica, dándose la creación de muchas organizaciones, asociaciones, cooperativas que trabajan el tema, formulan leyes y reglamentos y se crean espacios dentro de instituciones estatales para regular y apoyar este tipo alternativo de agricultura. Es dentro de este panorama, que en 1994 gracias al esfuerzo de muchas organizaciones se plantea la necesidad de incentivar el mercado local de productos por medio de la creación de una feria exclusivamente orgánica, así nace la iniciativa de construir la feria el Trueque, visión que se consolida años más tarde en 1999.

Según (Meneses 2012), en un diagnóstico realizado por CEDECO en 1999, en Costa Rica existían aproximadamente 4000 productores que vendían en los mercados locales, también se observó que en el país se continuaban realizando desde organizaciones e instituciones de diversa naturaleza (ONG's, privadas, estatales) esfuerzos dirigidos al fortalecimiento y desarrollo de estos mercados locales y de la producción orgánica.

Por medio de la constitución de la feria el Trueque como un espacio comercial, en donde se construye tejido social y se fomenta la solidaridad y las relaciones a largo plazo, se quiere fortalecer este sector fomentando el desarrollo de la agricultura orgánica para el mercado interno en el país. Todo ello con la finalidad última de mejorar las condiciones de vida de las y los agricultores y consumidores orgánicos en Costa Rica. (p.20,21)

Según CEDECO (2003), el objetivo primordial con que inició la feria fue “poner en contacto directo a consumidores(as) con productores) (as) de agricultura orgánica, de manera que los primeros obtengan un buen precio y calidad y los segundos incrementen sus ingresos al vender directamente al consumidor y obtengan reconocimiento social por su esfuerzo.” (p.19).

Respecto, el proceso de recolección de la información obtenida en las encuestas, se realizó en el espacio de la feria orgánica el Trueque, ubicada en Barrio el Carmen de Paso Ancho.

En el caso de los productores, se entrevistaron once de manera personalizada en cada uno de sus puestos del análisis de los resultados de las entrevistas realizadas a los productores y a los consumidores de venta, bajo un instrumento de dieciocho preguntas en una primer visita y cuatro preguntas en una segunda; para un total de 22 preguntas.

En el caso de los consumidores se entrevistó un subgrupo de la población (60), mediante una muestra de tipo probabilística de tipo aleatoria simple, pues el único requisito que se consideró que deberían tener es que fueran consumidores de la feria El Trueque. En este caso se realizaron catorce entrevistas.

El productor de la feria El Trueque, es uno de los principales informantes en el presente proyecto de investigación, ya que, gracias a sus veinte años de experiencia, comparte todo su conocimiento y experiencia sobre la agricultura orgánica y sus beneficios para la salud de los consumidores y del medio ambiente. Asimismo, el consumidor de esta misma feria es clave para encontrar alternativas de mejora en pro de la feria orgánica El Trueque, que le permita crecer como feria pionera en el país y

sobre todo mantenerse en el mercado, como la mejor alternativa para el consumidor orgánico.

A continuación, el detalle de los resultados de las encuestas mencionadas.

### Codificación de encuesta realizada a productores

#### CUADRO 10

#### CODIFICACIÓN DE ENCUESTA A PRODUCTORES

Códigos	Categorías (patrones o repuestas con mayor frecuencia de mención)	Comentarios
1	<p>La Agricultura Orgánica surge porque el uso de plaguicidas ha generado un total desequilibrio ambiental y de la salud de los productores y los consumidores. La AO viene a retomar la producción sana en armonía con la naturaleza.</p>	<p><b>La intoxicación generada por el uso de plaguicidas es una de las principales razones que generó el cambio a A. O.</b></p>
2	<p>Los requisitos para participar en la Feria el Trueque son:</p>	<p><b>Según Meneses (2012, p. 128). Los tres años de desintoxicación de los suelos o proceso de transición, se</b></p>



<p>3 años de desintoxicación de los suelos, certificación al día, pago de alquiler por un espacio en la Feria.</p> <p>Deben formar parte de la Certificación participativa.</p> <p>Cuentan con tres Certificaciones PrimusLabs de California, EE.UU (única en Costa Rica que certifica la Feria como campo ferial orgánico), Ecológica y Öko-Garantie, de Alemania.</p>	<p><b>refiere al tiempo que toma a los suelos para recuperarse de agroquímicos y poder ser usados en agricultura orgánica. Este plazo se encuentra expresamente establecido en el artículo 10 de la Ley 8591. La certificación participativa se encuentra expresamente regulada en los artículos 5 inciso f, 14 y 15, de la ley número 8591. Según Meneses (2012, p. 54), el proceso consiste en que los productores den a conocer a los consumidores, organizados o no, como se produce agroecológicamente, haciendo visitas a los predios, enseñando y explicando la forma como se cultiva. Es decir, que los consumidores entiendan y conozcan la lógica del sistema. De esta forma la relación de confianza y credibilidad que se establece en el proceso y entre los</b></p>
---	---

		actores es la que avala y certifica socialmente que el producto es agroecológico. (Como se citó en Ahumada, 2002, p6). La certificación participativa permite por lo tanto que, muchos productores que no tienen los recursos económicos para una certificación formal puedan entrar en el mercado local e internacional.
3	Pasos para producir de manera orgánica: conocer la ley de agricultura orgánica, una vez que se ha desintoxicado la tierra, trabajar sin plaguicidas, seguir las regulaciones de la Certificadora.	<b>Estos pasos fueron establecidos empíricamente por los mismos productores, y el respectivo reglamento a la Ley #8591, es el reglamento 35242-MAG-H-MEIC.</b>
4	Los productores de la Feria El Trueque consumen y recomiendan por salud, el consumo de productos orgánicos. Asimismo, porque consideran	<b>Los productores de la feria comentaron en esta entrevista, que en relación al tiempo en el cual su alimentación fue convencional, la consulta médica se realizaba</b>

	<p>que su quehacer diario está directamente relacionado con su experiencia de vida en la agricultura orgánica.</p>	<p><b>anualmente, sin embargo; al cambiar su dieta a una alimentación orgánica, se sienten más saludables al punto, que desde entonces a consulta médica la realizan cada dos años. Por eso la importancia - recalcan ellos- de compartir sus experiencias a partir de la relación directa productor-consumidor cada sábado.</b></p>
<p>5</p>	<p>Los motivó a sembrar orgánico, una tradición familiar, que además les permitiera dejar atrás la tradicional agricultura convencional, creando una alternativa de producción sana y limpia, esto como una inquietud ante el uso imperante de los plaguicidas.</p>	<p><b>Los productores (as), de la Feria, coincidieron en sus respuestas, respecto a, que el motivo que los llevó a consumir y producir orgánico, fueron las diversas intoxicaciones que sufrieron varios familiares, por el uso de plaguicidas mientras producían agricultura convencional, además de la contaminación ambiental generada.</b></p>

<p>6</p>	<p>Fincas orgánicas de larga trayectoria:</p> <p>30 años doña Cristina, 3 años don Jorge, toda la vida dice don Martín, 8 años don Juan Carlos Rojas, Doña Hannia, 17 años; Esteban 3 años, Francisco Sibaja 35 años, Rafael Guerrero 28 años, Patricia 3 años Kattia 3 años, Rosaura 3 años</p>	<p><b>En la feria existen tres espacios de productos: certificados, en transición y productos alternativos, estos últimos son: queso y leche que produce doña Patricia, huevos y pollo que vende don Jorge; asimismo doña Kattia que produce hongos y doña Rosaura vende pan y miel. Estos productores reciben controles, los cuales consisten en que deben contar con tres o más años de presentar documentos, donde haga constar los productos que adquieren para alimentar a los animales o bien si los productos son preparados por ellos mismos; además se les realizan visitas para constatar la alimentación natural de las gallinas, vacas y cabras; con el fin de asegurarle al cliente alimentos libres de hormonas, con un mejor sabor y más saludable.</b></p>
----------	--	--

7	Beneficios de producir agricultura orgánica: Menos enfermedades, más salud, cero intoxicaciones, satisfacción personal y contribuir al cuidado del medio ambiente.	<b>De acuerdo con el Artículo 5, inciso i, acerca de los Beneficios Ambientales Agropecuarios (Ley #8591, del 28 de junio del 2007, p.4). Beneficios brindados por los sistemas de producción agropecuaria orgánica que incidan directamente en la protección y el mejoramiento del ambiente. Son específicamente los siguientes: la mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero por medio de la fijación, la reducción, el secuestro, el almacenamiento y la absorción; la protección del agua; la protección de la biodiversidad en sistemas agropecuarios orgánicos integrales, para su conservación y uso sostenible, así como la protección de agroecosistemas orgánicos.</b>
---	--	---

8	Frutas y verduras, legumbres, granos, huevos, hongos, pan, pollo, leche.	<b>En la feria existen tres espacios de productos: certificados, en transición y productos alternativos, estos últimos son: queso y leche que produce doña Patricia, huevos y pollo que vende don Jorge; asimismo doña Kattia que produce hongos y doña Rosaura vende pan y miel.</b>
9	Si producen sus propios bio plaguicidas, abonos orgánicos (lombricompost), bocache, extractos de hierbas. antihongos, fertilizantes, foliares orgánicos, chilagro a base de chile picante, ajo, orégano (producto certificado)	<b>Los productores (as) aprendieron a hacer bio plaguicidas gracias a la capacitación que en los inicios de la Feria, les impartió el INA y el MAG. Además de los conocimientos que han compartido entre los mismos compañeros.</b>
10	En la vainica cuando se humedece el tallo, en el tomate cuando el tallo se pone negro "carbón". En la fresa para	<b>Todos los productores coinciden en sus respuestas, ya que luchan contra las mismas plagas. En sus comentarios se denota que hacen un</b>

	combatir la arañilla roja, además para combatir la avispa que pica la papaya.	<b>adecuado uso de los bio plaguicidas, según la plaga que se trate.</b>
11	Cursos del INA, MAG, y las experiencias compartidas entre compañeros.	<b>Se aprecia la adecuada capacitación, que se les brindó al inicio del surgimiento de la Feria, además de la solidaridad entre ellos.</b>
12	Aprender sobre control biológico, colaborar en la transformación de convencional a orgánico. Les gustaría aprender a sembrar ajos y papa en la zona sur. Asimismo, sobre híbridos y mercadeo orgánico, cambio climático y nutrición.	<b>Los productores de la Feria, desean obtener conocimiento acerca de otros temas que son importantes para su crecimiento; es importante que instituciones como el MAG, retome el apoyo y la capacitación atenta que se les brindó al inicio de la creación de la Feria El Trueque.</b>
13	El proceso de producción orgánica requiere dedicación y tiempo lo cual se manifiesta en el sabor y la consistencia de los	<b>De acuerdo con el artículo 11, acerca de los Procesos educativos en la actividad agropecuaria orgánica</b>

	<p>productos. Asimismo, honradez, transparencia y la honestidad verde con responsabilidad social.</p>	<p><b>(Ley #8591, del 28 de junio del 2007, p.5).</b></p> <p><b>El Estado, por medio del Ministerio de Educación Pública, el MAG y el Ministerio de Ambiente y Energía, desarrollará programas de formación, educación y capacitación integrales, que promuevan el conocimiento y la práctica de la actividad agropecuaria orgánica.</b></p>
14	<p>Por el sello de certificación, además por su color, sabor, tamaño y duración del producto. Debe estar inscrito en el MAG.</p>	<p><b>De sus comentarios se denota, que tienen muy claro cuáles son sus responsabilidades al desplegar esta actividad y el nivel de conciencia necesario para ejecutarlo.</b></p>
15	<p>No, cuando se dan a conocer se venden solos, porque la gente compara y los prefiere. Los consumidores los adquieren</p>	<p><b>Es precisamente este nivel de conocimiento de los productores, que debería de ser compartido y divulgado a los consumidores de</b></p>



	<p>cuando hay dinero y van a la Feria el Trueque.</p>	<p><b>productos agrícolas convencionales para generar conciencia y a partir de ello, quizás, puedan obtener nuevos y potenciales clientes.</b></p>
<p>16</p>	<p>Sí. Transnacionales de Piña, banano y café. Afaorca (café), Pindeco – Transnacional (cacao, café). Asociación de Acosta que exporta café a Europa, un productor de piña de Pital que exporta a Europa.</p>	<p><b>Sobre este aspecto valga indicar que, los productos de la Feria se dan a conocer gracias a la publicidad de boca en boca, no obstante; estas respuestas denotan que la valoración que hacen, fueron planteadas exclusivamente con los clientes que usualmente los visitan y no se plantean oportunidades de crecimiento.</b></p> <p><b>Las respuestas dadas, denotan que hay un interés predominante por continuar desenvolviéndose en el mercado local.</b></p>

<p>17</p>	<p>Publicidad en programas de tv, como Buen Día y/o Giros, productores más proactivos, buscar un lugar más grande, uso de la tecnología, empoderar a la gente, liderazgo.</p>	<p><b>En esta era digital, podrían privilegiarse con el mercadeo digital, considerar capacitaciones en los temas de interés que mencionaron en la presente entrevista, lo anterior con el apoyo del MAG. Asimismo, con una mejor ubicación en un lugar de mayor tránsito y con fácil acceso vehicular, con áreas más amplias para los productores y un parqueo más amplio.</b></p>
<p>18</p>	<p>Los productores de la Feria la protegen y la recomiendan. Brinda buenos ingresos por venderle directamente al consumidor. Es pionera en la agricultura orgánica. Se han convertido en una familia que busca llevar salud a la mesa del consumidor mientras ayuda a mitigar el cambio climático.</p>	<p><b>El aporte de la Feria Orgánica el Trueque a la sociedad es invaluable, desde su experiencia como pionera en el país, hasta su posicionamiento por veinte años en el mercado orgánico, nos motiva a apoyarla para que crezca como una iniciativa, cuyo fin es incentivar los estilos de vida saludable, a través del consumo de productos orgánicos.</b></p>

		<p>Según Meneses (2012, p.72). CEDECO destaca la autoestima y el crecimiento personal como un proceso que las y los agricultores de la Feria han vivido. Estas características se potencian con la relación directa que existe entre consumidores-productores, generándose lazos de confianza en el producto. Esta relación entre ambos también genera tejido social: “ambos se sienten parte de un mismo esfuerzo de colaboración por la salud propia y la salud de la tierra”. (p 47).</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia (2020)

Nota: El cuadro anterior es una compilación de la información completa proporcionada por los 11 productores de la feria el Trueque, quienes coinciden en sus respuestas. Ver instrumentos en Anexos.

#### **4.2. Características de los productores**

Sobre este aspecto, en los inicios de la feria orgánica El Trueque, los productores (as) de dicha feria, tal y como lo comentaron en las primeras entrevistas, recibieron capacitaciones por parte del INA y el MAG, para aprender a hacer bio plaguicidas, entre otros. Además de los conocimientos que han compartido entre los mismos compañeros.

En beneficio de lo anterior, valga indicar que ellos producen sus propios bio plaguicidas, abonos orgánicos (lombricompost), bocache, extractos de hierbas. anti hongos, fertilizantes, foliares orgánicos, chilagro a base de chile picante, ajo, orégano (producto certificado).

Lo anterior es de gran soporte para los productores, ya que en temas de nivel educativo, como se puede observar en el siguiente cuadro, según las entrevistas realizadas a los mismos, seis de once en total, se identifican por haber culminado la primaria. Asimismo, tres cursaron la secundaria, pero solo uno la finalizó, mientras existen, además, dos personas graduadas de una carrera universitaria.

### CUADRO 11

#### NIVEL EDUCATIVO DE LOS ENTREVISTADOS

Rango	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
<b>Primaria complete</b>	1	1	1				1		1	1		6
<b>Secundaria Incompleta</b>				1		1						2
<b>Secundaria Completa</b>					1							1
<b>Educación Superior completa</b>								1			1	2

Fuente: Elaboración propia (2019)

Se detalla que, aunado a lo anterior, los mismos productores entrevistados indicaron, entre ellos doña Cristina, que recibieron capacitación técnica importante por parte del INA y el MAG, y que incluso algunos de ellos, salieron del país a capacitarse, pero que, en todo caso; este adiestramiento básicamente se les dio únicamente en la fase inicial de esta feria.

En relación con los ingresos percibidos por los productores cada sábado, en el campo ferial El Trueque, debe tenerse en cuenta, como se detalla a continuación, que existe un costo de cultivar el producto o criar animales, trasladarlo y pagar por el local. Entonces la ganancia es poca. Pero como se nota, se trata de una producción muy artesanal, centrada en pequeños productores.

## CUADRO 12

### INGRESO DE LOS PRODUCTORES EN LA FERIA REALIZADA CADA SÁBADO

Unidad de medida:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
<b>Colones</b>												
<b>(0-100)</b>		1		1	1	1		1		1		<b>6</b>
<b>(101-200)</b>							1				1	<b>2</b>
<b>(201-300)</b>									1			<b>1</b>
<b>(301-400)</b>	1											<b>1</b>
<b>Más de 400</b>			1									<b>1</b>
<b>Nota: Miles de colones</b>												

Fuente: Elaboración propia (2019)

En efecto, tal y como se muestra en el cuadro anterior, seis de los productores consultados menciona que su ingreso promedio, por semana, es de hasta cien mil colones cada sábado, dos indican una suma más de cien mil colones hasta los doscientos mil colones. Es decir, más de la mitad gana en promedio hasta 400 000 colones al mes.

En sentido contrario, resulta interesante, que un productor reportó un ingreso superior a cuatrocientos mil colones por semana o bien, más de 1,732,000 colones por mes, es la excepción.

En similar sentido, respecto al tema de ingresos, a continuación, se muestra el respectivo cuadro que refleja la cantidad de compradores que asisten a la feria el Trueque.

**CUADRO 13**

**CUÁNTAS PERSONAS COMPRAN CADA SÁBADO A LOS PRODUCTORES**

<b>Unidad de medida: cantidad de personas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>Total</b>
<b>(0-100)</b>	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	10
<b>(101-200)</b>			1									1
<b>Nota: Miles de personas</b>												

Fuente: Elaboración propia (2019)

A partir de las entrevistas realizadas a los productores de la feria orgánica El Trueque, en el mismo campo ferial, se desprende que el 90,90% de los productores, reportó ventas de máximo cien personas cada sábado. De nuevo se aprecia, que es una suma modesta, puesto que es una feria que empieza desde las seis de la mañana hasta las doce medio día, es decir son seis horas y, como se podrá corroborar en el gráfico número 6, a cerca de la frecuencia de visitación; dos terceras partes de los consumidores que visitan la feria El Trueque, lo hacen prácticamente una vez a la semana, los sábados.

En lo que atañe a los gastos operativos de los referidos productores, de seguido se ofrece el siguiente gráfico, que expresa un rango aproximado que refleja dichos valores.

#### CUADRO 14

##### COSTO APROXIMADO PARA COLOCAR EL PRODUCTO CADA SÁBADO

Unidad de medida: colones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
(0-100)		1		1	1	1	1	1		1	1	8
(101-200)	1		1									2
(201-300)									1			1
<b>Nota: Miles de colones</b>												

Fuente: Elaboración propia (2019)

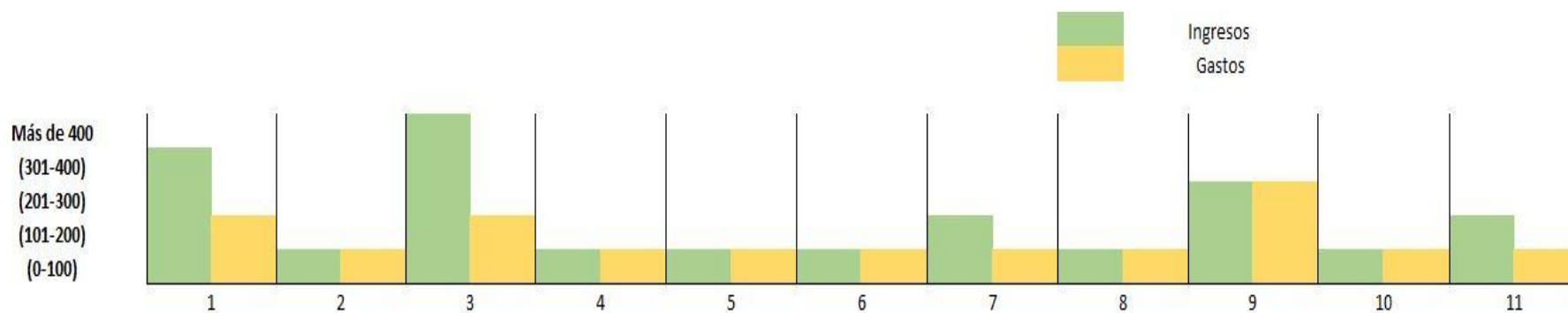
Valga indicar aquí que se tuvo que acudir a una fijación de diferentes rangos, en virtud de que los productores no quisieron revelar específicamente el monto particular de sus gastos operativos. Lo que impide formular alguna propuesta específica de mejora en ese sentido, como, por ejemplo, sugerir una mejor fijación del precio final al consumidor teniendo como base ese rubro. Al conocer el dato particular de los gastos por semana, versus las ventas realizadas, bien se podría determinar las ganancias netas obtenidas cada sábado.

En ese sentido, ocho de once productores, tienen un costo de producción entre los 0 a 100 mil colones. Asimismo, dos casos que reportan costos de 101 a 200 mil colones y, por último, un caso de 201 a 300 mil colones, que corresponde al rango de precio mas alto, que le genera a ese productor colocar su producto cada sábado.

A continuación, se mostrará un gráfico comparativo, que muestra la interrelación entre ingresos y los gastos de los productores de la feria El Trueque, con el fin de darnos una representada idea del margen de ganancia obtenido, a partir del cuestionario que en su momento se les aplicó, y como abajo se aprecia, la variable ingresos es con el color verde y la correspondiente a gastos, se proyecta en amarillo.

**GRÁFICO 1**

**COMPARATIVO, INTERRELACIÓN ENTRE INGRESOS Y GASTOS**



Elaboración propia (2020).

En este sentido, se infiere de dicha correlación, que el margen de ganancia en la mayoría de los casos (7 productores), es muy escaso.



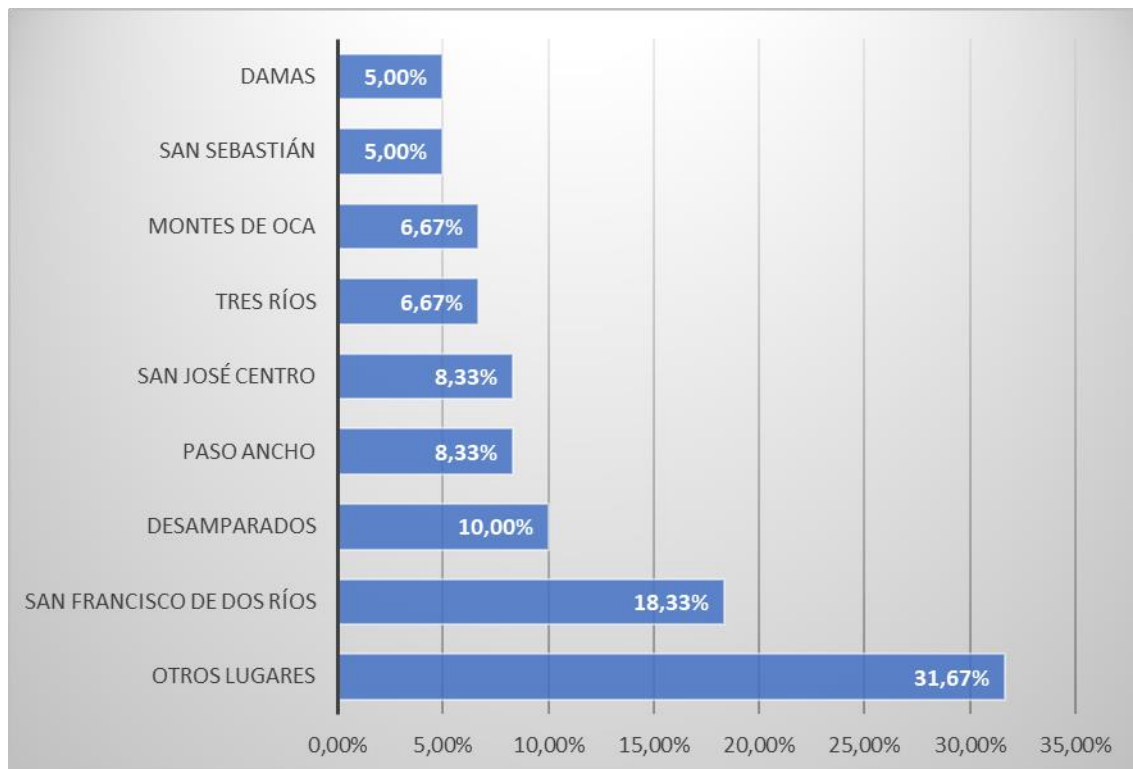
### 4.3. Características de los consumidores

En cuanto a la recolección de la información obtenida en las encuestas realizadas a 60 consumidores (muestra representativa de la población), los datos se recopilaron en diferentes tiempos del sábado: 6 a.m., 8 a.m. y 10 a.m., mediante un instrumento de catorce preguntas, aplicado al finalizar la compra de cada cliente en la feria.

A continuación, se muestra en el siguiente cuadro los sitios de procedencia de los consumidores a la feria El Trueque

**GRÁFICO 2**

#### **PORCENTAJE DE CONSUMIDORES ASISTENTES A LA FERIA, SEGÚN DOMICILIO**



Fuente: Elaboración propia (2020)

De acuerdo con la información obtenida de los mismos consumidores que asisten a esta feria, la comunidad que aporta mayor cantidad de visitantes en el momento de la entrevista a la feria orgánica El Trueque, es el distrito de San Francisco de Dos Ríos ubicado en el cantón de San José, con 11 personas que representan el 18,33 % del total de visitantes, y casi el doble de la cantidad de consumidores de otras comunidades cercanas, como Desamparados con seis visitantes, Paso Ancho (comunidad donde paradójicamente inició y permaneció ésta feria orgánica por varios años) y San José centro (distrito central), ambos con 5 representantes, en menor proporción Damas y San Sebastián con un 5% y Montes de Oca y Tres Ríos con un 6,67%. El resto de los sitios representa un porcentaje minoritario, correspondiente a un 31,67%, los cuales son: Curridabat, Zapote, Hatillo, Alajuela, Aserri, Moravia, Puntarenas, Escazú, Heredia, Internacional, Santa Ana, Tibás, Calle Blancos. Por lo tanto, queda claro que no existe una concentración en un solo lugar de procedencia de visitación.

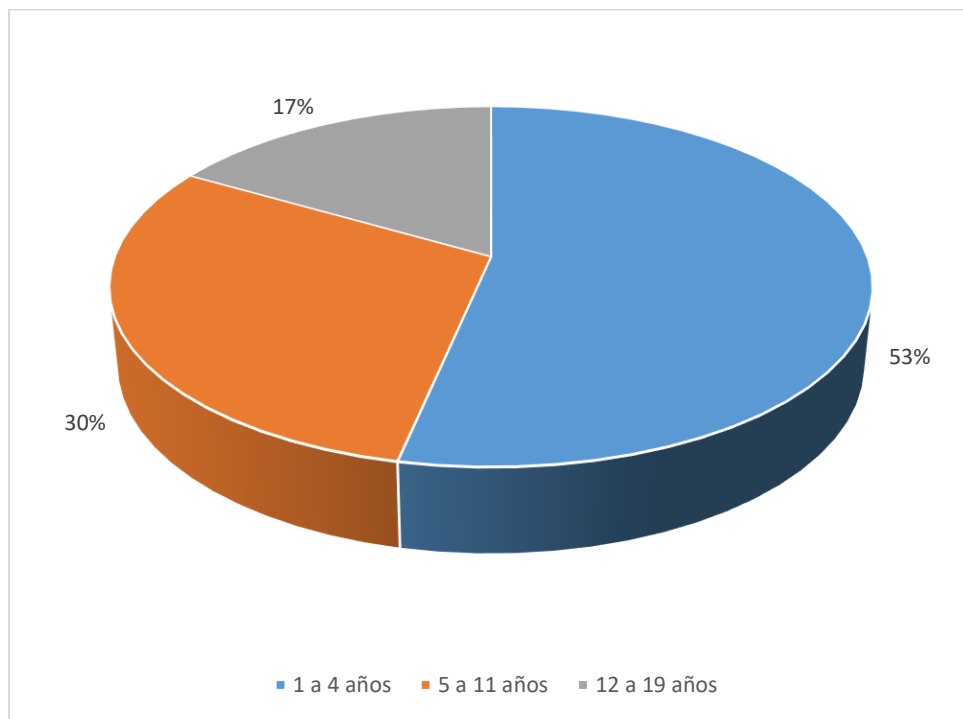
Este aspecto, es compatible con el hecho de que este distrito de San Francisco de Dos Ríos del cantón de San José, representaba en 2013, el tercer lugar a nivel del cantón de San José según el Índice de Desarrollo Social Distrital IDD /2013 (Fichero Cantonal 2016, pág. 18,) el cual, valora el desempeño económico, educación, ambiental, laboral, gubernamental, de infraestructura, innovación y salud. Ahora bien, este distrito josefino en 2017, obtuvo según el Índice de Desarrollo Cantonal MIDEPLAN (2017, p.86), la posición 43 en esa misma categoría, a nivel nacional. Esto ubica a San Francisco de Dos Ríos por encima de otras comunidades vecinas, que también aportan visitantes a la feria orgánica El Trueque, como Desamparados y San Sebastián.

Cabe mencionar que llama la atención que haya una persona de Puntarenas, dado que hay una distancia de más de 100 km entre Paso Ancho y Puntarenas.

Para continuar con el análisis de datos obtenidos, se mostrarán los años de asistencia de los clientes de la feria orgánica El Trueque.

### GRÁFICO 3

#### AÑOS DE VISITA REGULAR A LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE POR PARTE DE LOS CLIENTES



Fuente: Elaboración propia (2020)

En el presente gráfico se denota, que la mayoría de los clientes, un 53,34% tiene entre uno o cuatro años de asistir a la feria, es decir, son personas que acuden de forma reciente. Pero también existe un 30 % que visita de forma regular en un período de

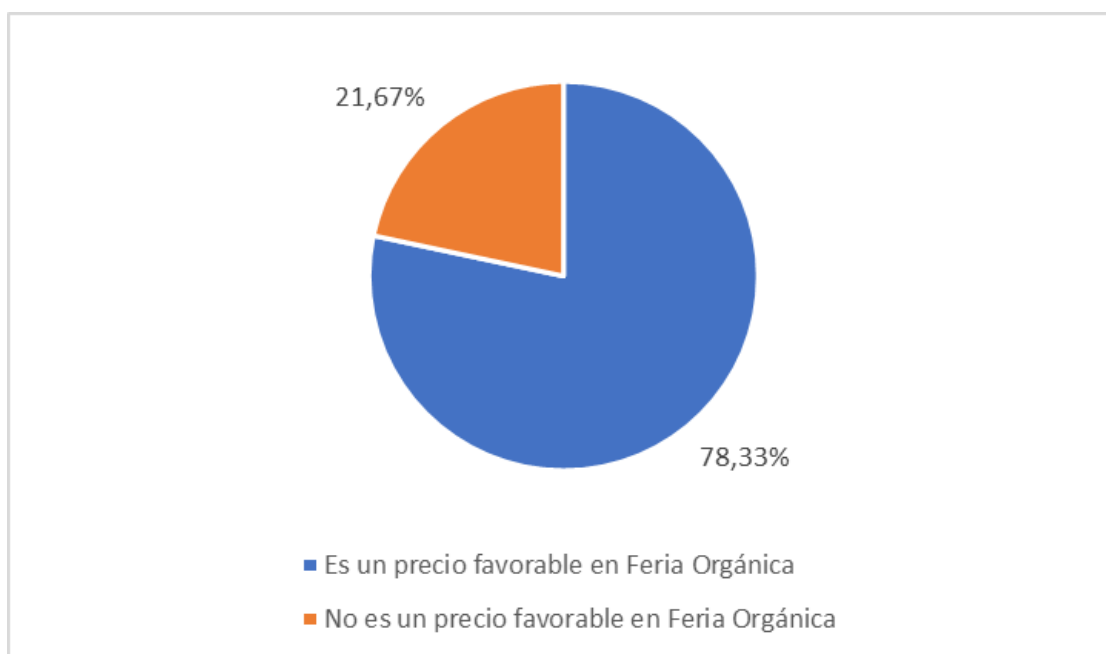
cinco a once años. Y se presenta un último grupo de 17% con una mayor antigüedad (de 12 a 19 años).

Llama la atención que, durante el proceso de entrevista a los consumidores, se logró observar que los mismos correspondían a diferentes grupos etarios, con diferentes edades, lo cual permite concluir que para esa iniciativa no hay edad específica.

A continuación, se ofrece un cuadro, en el cual se da a conocer la percepción del consumidor de la feria orgánica El Trueque, respecto a su apreciación sobre los precios de los productos orgánicos, versus los productos tradicionales.

#### GRÁFICO 4

#### PERCEPCIÓN DE PRECIO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN COMPARACIÓN CON PRODUCTOS TRADICIONALES, SEGÚN LOS CONSUMIDORES DE LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE



Fuente: Elaboración propia (2020)

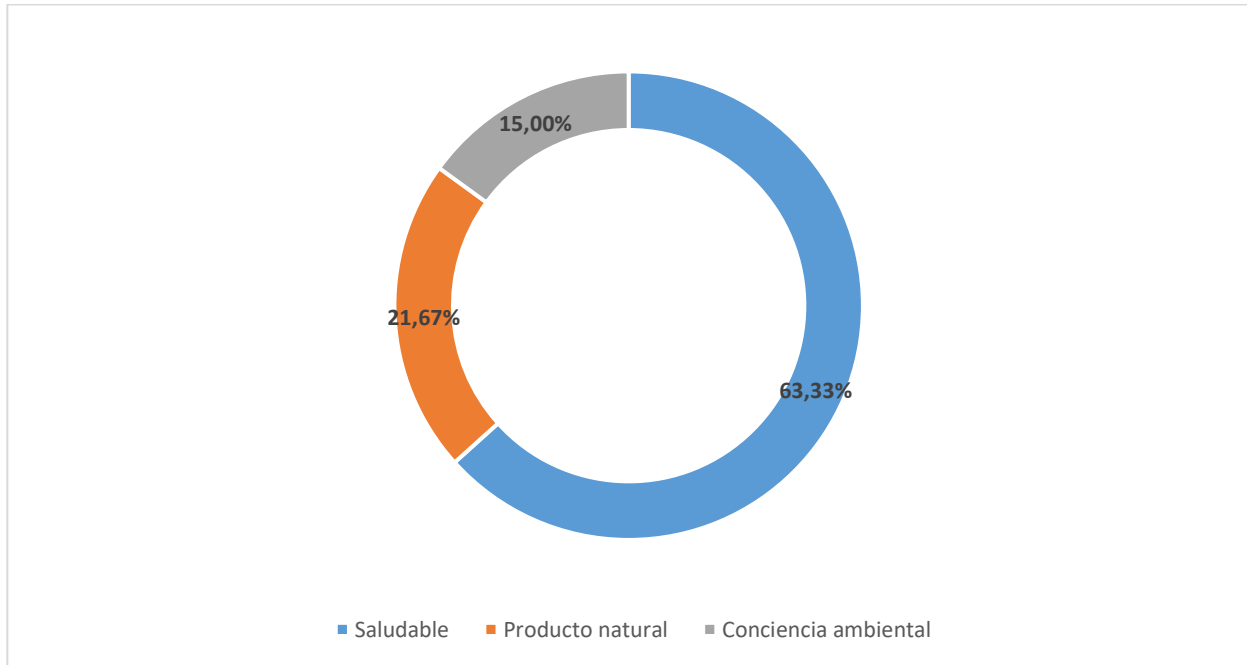
La mayoría de los consumidores consultados, opinan que si existe una diferencia de precio en comparación con los productores tradicionales. Resulta interesante ver como los visitantes de la feria, están dispuestos a pagar más por los productos, debido a su preocupación por la naturaleza y la salud.

Según, (Calomarde, 2000) los consumidores se encuentran ante una variedad de opciones de consumo, y pueden escoger aquellas que reducen el daño ambiental, como es el caso de los productos orgánicos que son los que cumplen las mismas funciones de los productos equivalentes, pero su perjuicio al ambiente es inferior durante todo su ciclo de vida. (p.4).

En relación con las ventajas de consumir productos orgánicos, respecto a la pregunta elaborada de forma abierta, los consumidores encuestados, en sus respuestas asocian como el principal indicador, el beneficio inmediato de consumir productos orgánicos, con mantener un estilo de vida saludable. A continuación, se puede observar en el siguiente cuadro, tanto el valor que representa esta variable mayoritaria como las otros dos restantes, que fueron mencionadas espontáneamente por estas personas y que constituyen en términos generales, estos tres beneficios a saber.

## GRÁFICO 5

### PORCENTAJE DE PERCEPCIÓN SOBRE LOS BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS



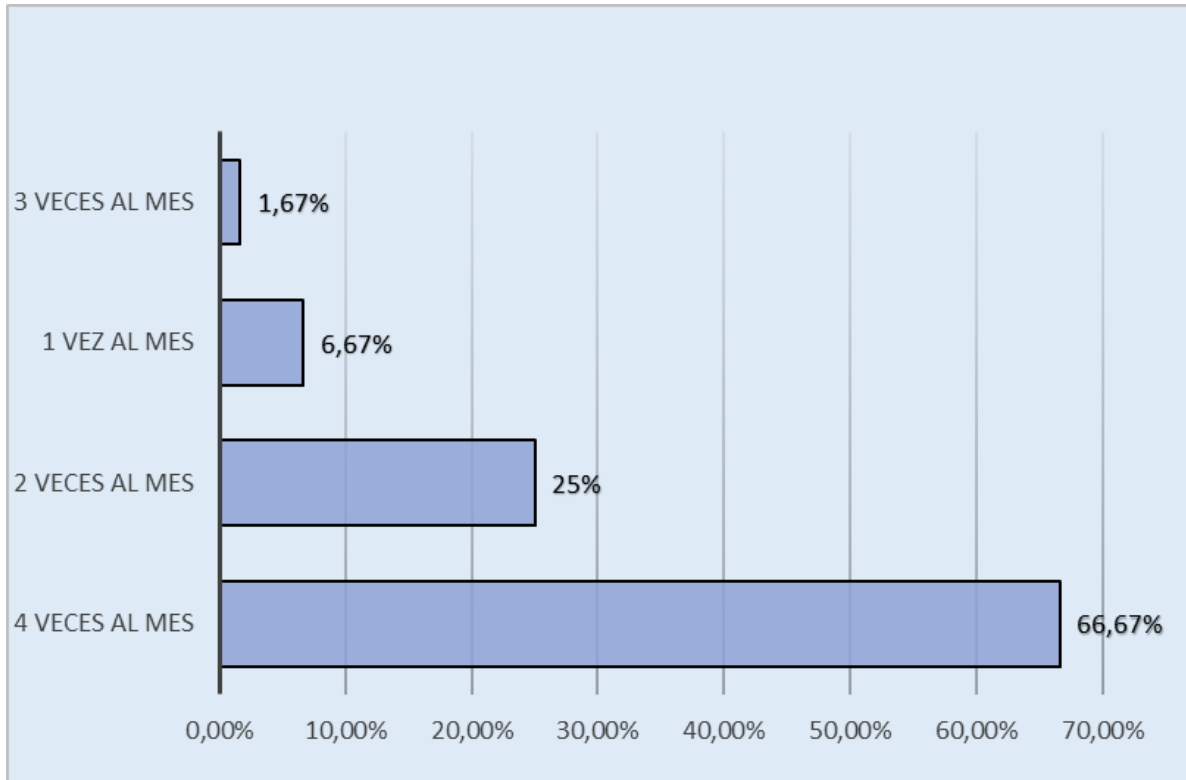
Fuente: Elaboración propia (2020)

En términos de valores relativos, tal variable representa el 63,33% del total de personas entrevistadas, y a la vez, esta motivación principal se encuentra muy relacionada con el consumo de alimentos libres de químicos y como última respuesta, apuntan a una conciencia ecológica o ambiental, lo cual resulta muy interesante pues parece ser que este consumidor se apropia de forma importante con ese compromiso con el medio ambiente.

En lo que compete a la periodicidad de visitación, de seguido se muestra el gráfico que revela este aspecto, desde la perspectiva de los clientes de la feria El Trueque.

## GRÁFICO 6

### FRECUENCIA DE VISITA A LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE POR PARTE DE LOS CLIENTES



Elaboración propia (2020)

Dos terceras partes de los consumidores que visitan la feria El Trueque, lo hacen cuatro veces al mes, los sábados. Esto implica el interés por la compra de este tipo de productos, que como se ha expresado está en concordancia con un estilo de vida saludable y la preocupación por la naturaleza. Se debe tener presente que existen otros lugares como supermercados y tiendas de conveniencia que también ofrecen algunos productos orgánicos. Luego también llama la atención que el siguiente grupo de personas que compran en la feria El Trueque, lo hace dos veces al mes, lo que también denota un porcentaje de visitación importante.

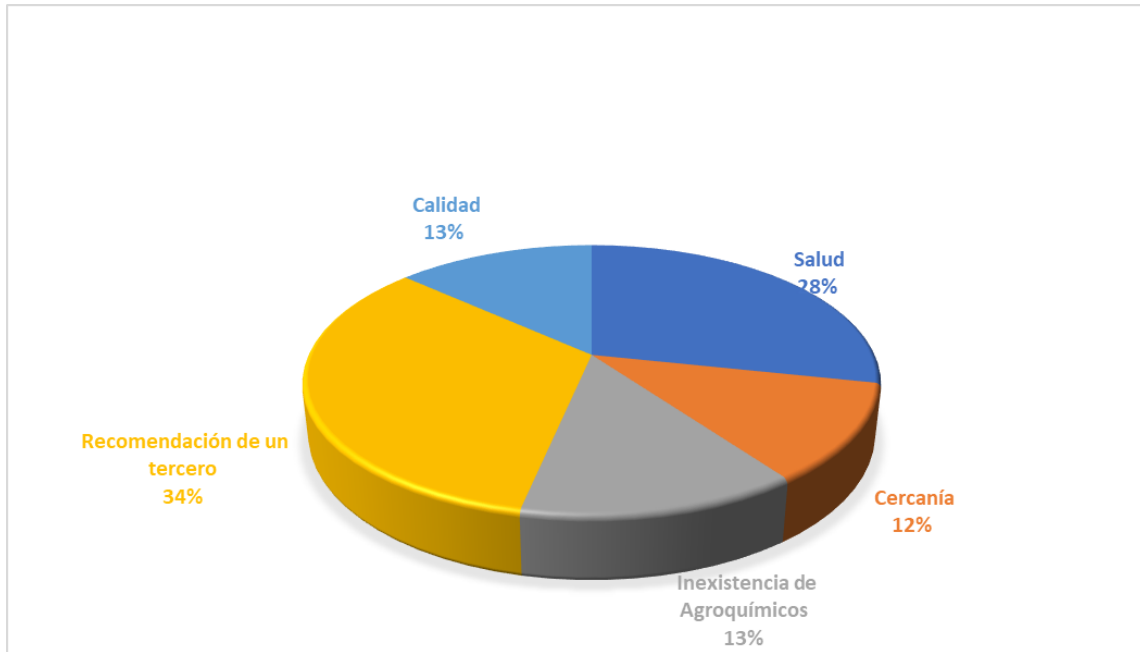
De seguido, se ofrecen algunos aspectos que constituyen las razones de visitación de la feria orgánica El Trueque, así como de adquisición de sus productos. Si bien es cierto, hay otras variables muy interesantes como: precios, frescura, variedad de productos, entre otros, no obstante, según Salgado, Subirá y Beltrán (2009), (...)

El estudio del comportamiento de la compra de productos orgánicos resulta a veces demasiado complejo a causa de la multitud de elementos que van surgiendo y su tendencia a interactuar entre sí, además de la intervención de otras causas determinantes de actitudes hacia o frente a la situación ecológica (...). En similar sentido, para los fines de esta investigación, se priorizó el criterio de los consumidores expresado en las encuestas realizadas, y que según el cuadro #5 de la Matriz Metodológica, constituye una fuente primaria idónea para alcanzar el cumplimiento del segundo objetivo específico, ahí propuesto.



## GRÁFICO 7.

### MOTIVOS DE VISITA DE LOS CLIENTES DE LA FERIA EL TRUEQUE



Fuente: Elaboración propia (2020)

A partir de las respuestas otorgadas por los visitantes, se logra apreciar que aparte de este consumidor consciente y educado sobre lo que le conviene para adquirir un estilo de vida saludable, se denota que no solamente lo usa en su propio beneficio, sino que de manera altruista lo comparte con los demás, y ese es el motivo principal de que mucha gente haya llegado a la feria.

También resulta interesante que, en uno de los cuadros anteriores se denotaba cuáles eran los sitios de donde más llegaba gente, por ejemplo: distritos cercanos como San Francisco de dos Ríos, Desamparados, Paso Ancho y San José Centro; pero adicionalmente fueron mencionados Calle Blancos y otros lugares como Heredia, y siendo que estos últimos no tienen la cercanía a la feria como los primeros, entonces es compatible el hecho de que el motivo por el cual hayan llegado a la feria es por la

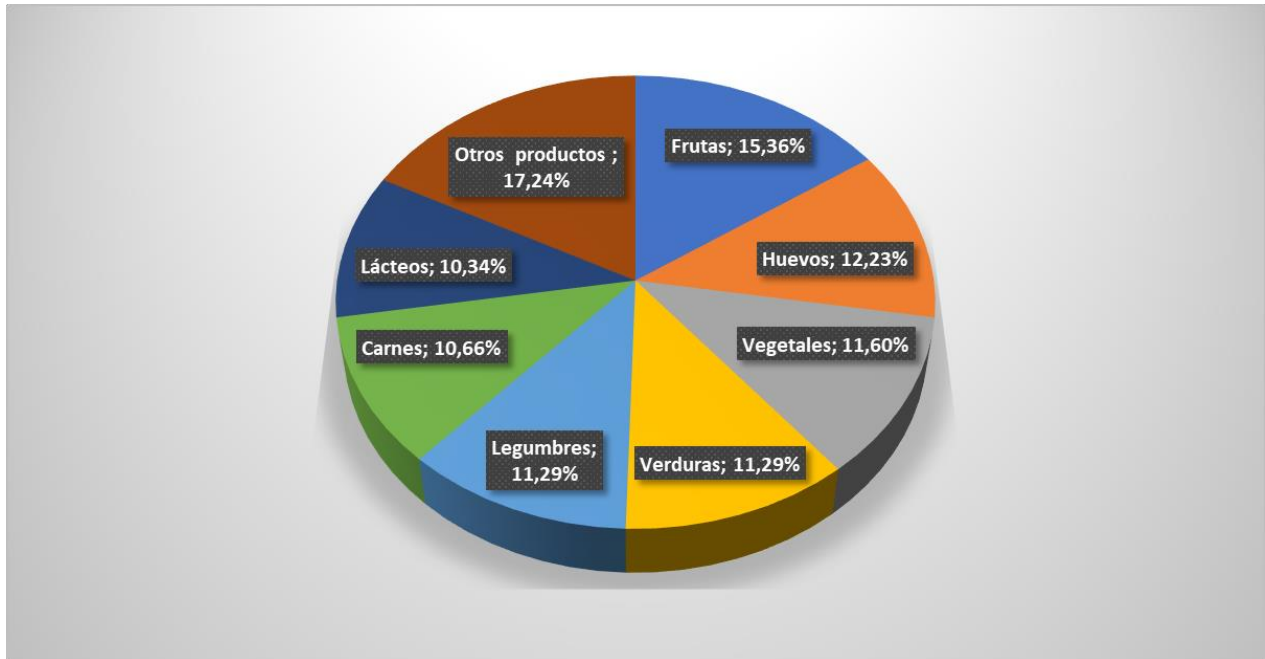
recomendación de un tercero, como un excelente medio de publicidad, como así ellos lo referenciaron.

En cuanto a la inexistencia de agroquímicos, Min y Galle, (2001), afirman que, el consumidor ecológico puede distinguirse como aquel que manifiesta su preocupación por el ambiente en su comportamiento de compra, favoreciendo ante todo productos que sean percibidos como de menor impacto sobre el medio. Su compra puede definirse como una práctica de conciencia ambiental que reduce fuentes de desperdicio y promueve el reciclaje y la reclamación de materiales comprados, sin afectar de manera adversa los requerimientos de ejecución de tales materiales.

En otro orden de ideas y en lo que atañe al próximo cuadro, la feria orgánica El Trueque es bastante surtida con la variedad de productos que ofrece a sus clientes. Sin embargo, los mismos consumidores encuestados indicaron en sus respuestas, que les gustaría poder adquirir maracuyá, sandía y elotes, entre otros productos, ya que al no encontrar en dicha feria productos como los descritos, deben buscarlos en otras ferias orgánicas. Sin embargo, no es motivo para no asistir a la feria, ya que continúan comprando allí casi todos los productos orgánicos que necesitan. En el siguiente cuadro se pueden observar los valores arrojados de la encuesta.

## GRÁFICO 8

### PORCENTAJE DE PRODUCTOS QUE SE ADQUIEREN EN LA FERIA EL TRUEQUE



Fuente: Elaboración propia (2020)

A modo de referencia y en términos generales, Arboleda y Mora (2018) señalan que, los principales productos que adquieren los consumidores que asisten a las ferias del agricultor (FA) de los cantones de Tibás, Santo Domingo, San Isidro y Barva de Heredia, son las frutas (97%), seguidas por las hortalizas o verduras 96 % y las legumbres 88 %. En otras palabras, los productos animales no son tan apetecidos. (p.98)

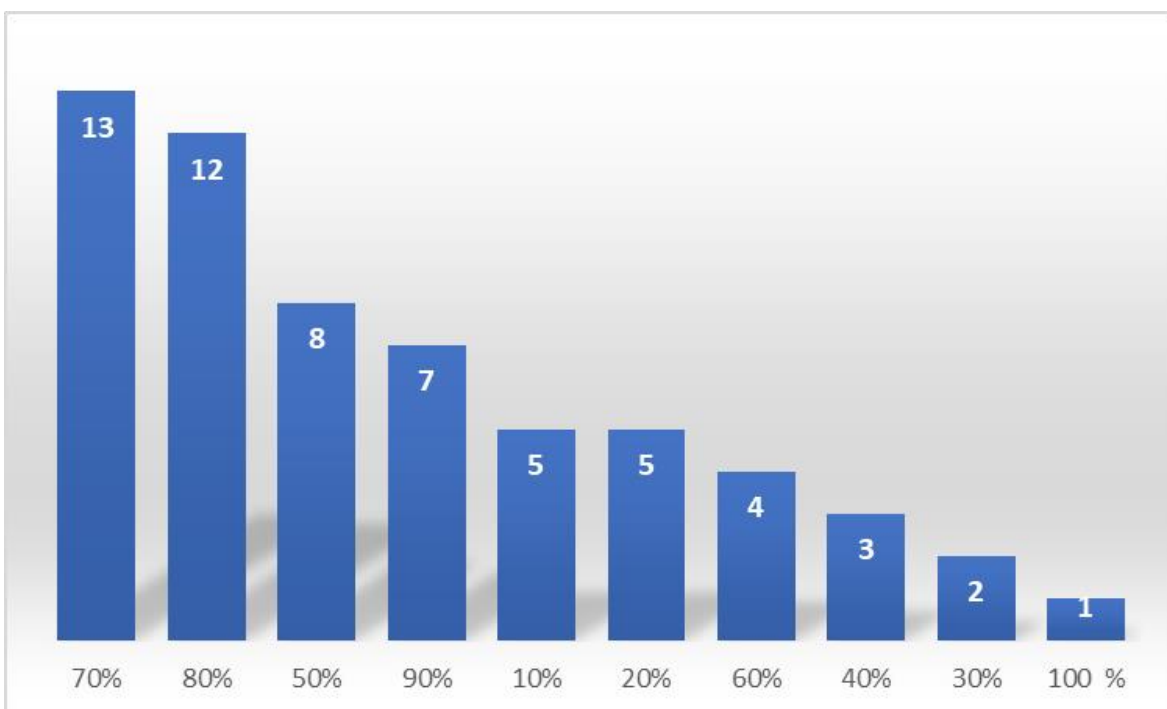
Para continuar con el análisis de los resultados obtenidos, valga indicar que, en similar sentido a lo que indica Arboleda y Mora, de las personas que acuden a la feria el Trueque, el consumo mayoritario corresponde a frutas con un 15,36% correspondiente a 49 personas, seguido por el consumo de huevos con un 12,23% (39 personas). Lo

anterior contrasta con lo indicado por el mismo autor, en cuanto a que, en esta feria orgánica si se adquieren productos de origen animal, como carnes y lácteos, en virtud de que se tiene la certeza de que estos son de muy alta calidad, ya que; son productos derivados de animales criados bajo el sistema de pastoreo.

En el siguiente cuadro, se mostrarán los porcentajes de consumo de los clientes de la feria el Trueque, respecto a su dieta.

### GRÁFICO 9

#### PORCENTAJE DE CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA CANASTA BÁSICA



Fuente: Elaboración propia (2020)

En el presente gráfico se proyecta que, la mayor cantidad de personas consultadas adquirieron productos orgánicos que representan desde el 70 hasta el 90%

de su canasta básica (de 13 a 7 personas), y luego el porcentaje va disminuyendo gradualmente hasta representar el caso de un consumidor que indicó que el 100% de los productos que consume son orgánicos.

En el siguiente cuadro, se analiza la posibilidad que tienen los consumidores de la feria El Trueque de dejar de consumir productos orgánicos y sustituirlos por los convencionales.

**CUADRO 15**  
**DISPOSICIÓN A DEJAR DE CONSUMIR PRODUCTOS ORGÁNICOS POR LOS CONVENCIONALES**

<b>Disposición</b>	<b>Cantidad de personas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>No está dispuesto</b>	55	91,67%
<b>Está dispuesto</b>	5	8,33%
<b>Total</b>	60	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)

La abrumadora mayoría de consumidores 91.67%, no está dispuesta a dejar de comprar productos orgánicos. Lo anterior, por las razones descritas anteriormente que refuerzan sus beneficios para la población que los consume.

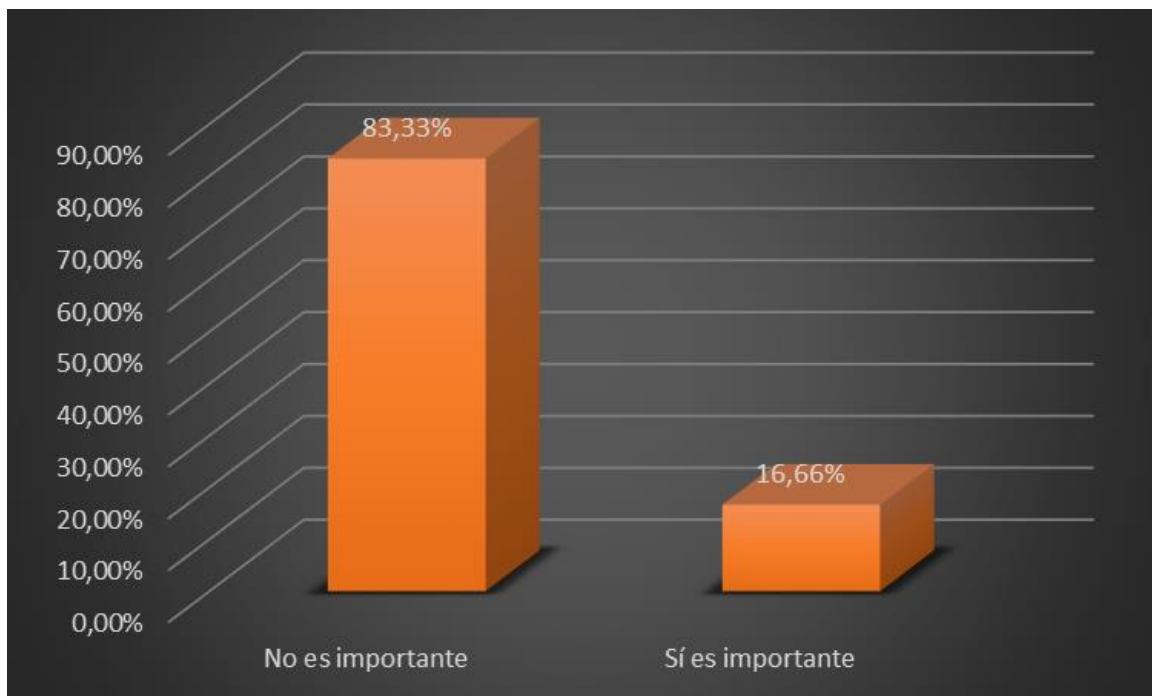
En sentido contrario, en el caso de las únicas cinco personas que reportaron la posibilidad de volver a lo convencional, la razón reportada por dichos consumidores fue el costo económico elevado de los productos orgánicos, ya que indicaron que, aún y cuando la feria orgánica El Trueque es más económica en comparación con otras ferias

orgánicas, si se le compara con las ferias convencionales, los precios de estas últimas son más baratos.

De seguido, se expondrá la opinión de los clientes de la feria orgánica El Trueque, respecto a la relevancia de la publicidad para incentivar el consumo de sus productos.

### GRÁFICO 10

#### IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD SEGÚN LOS VISITANTES DE LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE PARA PROMOCIONAR CORRECTAMENTE EL CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS



Fuente: Elaboración propia (2020)

En el siguiente cuadro se aprecia, como la mayoría de los clientes de la feria el Trueque, no consideran la publicidad formal como un factor importante para atraer a los

clientes. Ellos mismos comentaron que se dieron cuenta de la existencia de la feria, por recomendación de un tercero, y no porque la feria orgánica el Trueque contara con mecanismos de publicidad que permitieran dar a conocer la existencia de dicha feria orgánica.

Sin embargo, una minoría correspondiente al 16,66% opinaron que, sí es importante la publicidad, para incentivar el consumo.

### GRÁFICO 11

#### PERCEPCIÓN SOBRE LA PROMOCIÓN EN GENERAL QUE EXISTE EN COSTA RICA, SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS



Fuente: Elaboración propia (2020)

Según se expone en los artículos 6 y 9 de la Ley de desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, N° 8542 (p.13), se indica lo siguiente:

Le corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) como órgano encargado de la promoción de la actividad agropecuaria orgánica, realizar las labores de promoción, desarrollo, fomento, administración y control de la actividad agropecuaria orgánica. Asimismo, cuenta con la autorización para suscribir convenios de cooperación interinstitucional y con entidades no gubernamentales, con el propósito de desarrollar, fomentar y realizar actividades de promoción para cumplir los fines señalados en la presente ley.

En este sentido, resulta interesante aunque absolutamente insuficiente, la aplicación para teléfonos inteligentes denominada “CR Orgánico” por parte del ICE, el MAG y la Asociación para Movimiento de Agricultura Orgánica Costa Rica (MAOCO), donde se describen tanto las ubicaciones y horarios de las diversas ferias orgánicas en el país como de los diferentes productores sin intermediarios.

En este orden de ideas, según el Semanario Universidad del 21 de mayo del 2019; Jorge Araya enfatiza en lo siguiente:

- ✓ Existe un atraso de más de 10 años en el sector de Agricultura Orgánica, ya que no fue sino más de diez años después, en el 2006, que gracias a años de trabajo de muchos productores se aprobó la Ley para el desarrollo, promoción y fomento de la agricultura orgánica nacional.
- ✓ La porción de productores orgánicos es muy pequeña respecto a la de productores convencionales; sin embargo, se dice que se está avanzando en el



fomento y la capacitación técnica. Asimismo, se está haciendo una revisión de los mecanismos para operativizar la ley de agricultura orgánica.

- ✓ Hasta ahora la realidad es que, en términos del área de cultivos orgánicos certificados, el crecimiento del sector ha sido raquítico.
- ✓ Falta política de agricultura orgánica estatal

Al respecto, en este artículo se echa de menos un tema particularmente polémico, como lo es la divulgación de evidencia científica, que atribuye algunas afectaciones en la salud humana por el consumo de productos convencionales producidos con plaguicidas, herbicidas, pesticidas, entre otros. Ejemplo de ello: Marie-Monique Robin (2016), en su libro *El Mundo según Monsanto* y a nivel nacional, los valiosos aportes del Instituto Regional de Estudios en Sustancias Tóxicas (IRET) de la Universidad Nacional. Esto sin duda alguna, generaría un mayor grado de conciencia social que podría presionar a que la sociedad costarricense exija al Estado costarricense, que nos garantice la producción y comercialización orgánica de frutas y verduras que a diario consumimos.

En cuanto a la percepción de los consumidores, respecto al ambiente de la feria orgánica El Trueque, se aprecia que, en términos generales, la gran mayoría de los consumidores que visitan la feria orgánica El Trueque, no tienen reparo en reconocer que se sienten muy bien asistiendo a la misma, expresando, que esta es buena, confiable, familiar, agradable, entre otros; y donde únicamente siete personas valoraron de forma no tan positiva a la misma, indicando que esta es pequeña. A continuación, la representación de esos resultados en el siguiente cuadro:

## CUADRO 16

### PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES RESPECTO DEL AMBIENTE DE LA FERIA ORGÁNICA EL TRUEQUE

Percepción de los consumidores respecto a la Feria	Cantidad de personas	Porcentaje
Buena	11	18,33%
Familiar	11	18,33%
Agradable	9	15%
Confiable	7	11,67%
Pequeña	7	11,67%
Bonita	5	8,33%
Cómoda	5	8,33%
Competencia Sana	5	8,33%
Total	60	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)

Lo anterior, se refuerza con, la asistencia regular a la feria orgánica El Trueque, lo cual se traduce en una mayor identidad y empatía no solo con el producto, sino también con el ambiente en el que se ubica.

Finalmente se muestran los resultados de las recomendaciones dadas por los consumidores de la feria El Trueque, y cuyo aporte es relevante porque supone una

retroalimentación para los productores de ésta en cuanto a cómo sus propios clientes los miran.

**CUADRO 17**  
**RECOMENDACIONES PARA LA FERIA**

<b>Recomendación</b>	<b>Cantidad de personas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Mayor Promoción</b>	17	28,33%
<b>Mayor variedad de productos</b>	9	15%
<b>Mayor participación de productores</b>	8	13,33%
<b>Apertura de nuevas ferias</b>	7	11,67%
<b>Ninguna</b>	7	11,67%
<b>Ampliación de parqueo</b>	4	6,67%
<b>Bajar los precios</b>	4	6,67%
<b>Exhibición de precios</b>	4	6,67%
<b>Total</b>	60	100%

Fuente: Elaboración propia (2020)

Este cuadro refleja como un modelo a escala, la valoración ciudadana de una inexistente promoción de productos orgánicos a nivel nacional y que se expresa claramente a nivel local en lo que atañe a la feria orgánica El Trueque, en virtud de que la recomendación más recurrente ofrecida por sus consumidores (28,33%) fue realizar una mayor promoción (desde el punto de vista de dar a conocer la feria). También indican la necesidad de una mayor variedad de productos y mayor participación, o sea

más productores que acudan (15% y 13,33% respectivamente). En menor medida ampliación de parqueo, bajar precios y exhibición de precio (6,67%). Lo comentado significa que, si bien los clientes se sienten cómodos con la feria, si consideran aspectos importantes de mejora.

## **CAPITULO V.**

### **PLAN DE ACCIÓN O PROPUESTA**

El siguiente plan de acción es un mecanismo de mejora de la situación planteada anteriormente, se pretende priorizar las iniciativas más importantes con el fin de cumplir con los objetivos, mediante la implementación de actividades idóneas, y de esa forma obtener los resultados esperados, para mejorar el rol de la feria El Trueque, dentro de la comercialización de la agricultura orgánica. En este sentido, las capacitaciones que de seguido se sugieren, están estructuradas sobre la base de una necesidad requerida, según lo expresado por los productores en las entrevistas realizadas.

### 5.1. Acciones estratégicas, objetivos, actividades y resultados esperados

#### CUADRO 18

#### ACCIONES ESTRATÉGICAS, OBJETIVOS, ACTIVIDADES Y RESULTADOS ESPERADOS.

Acciones estratégicas	Objetivos	Actividades	Resultados esperados
<b>Fortalecer a los productores de la Feria El Trueque con acciones que fomenten la producción orgánica a nivel nacional.</b>	Incentivar la integración organizada de los productores para el emprendimiento de sus actividades comerciales de forma integral	Taller de Análisis FODA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evaluar el desempeño de la Feria.</li> <li>✓ Evaluar problemas dentro y fuera de la feria</li> <li>✓ Conocer las ventajas de la</li> </ul>

			<p>Feria El Trueque frente a sus competidores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proporcionar una nueva visión de mercado</li> <li>✓ Maximizar fortalezas y minimizar debilidades</li> </ul>
		<p>Taller de Conciencia sobre la Identidad Estratégica de los Productores de la Feria el Trueque.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lograr que los productores conozcan si tienen o no, una identidad competitiva como colectivo (feria El Trueque).</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Determinar cómo organización la esencia de quienes realmente son.</li> <li>✓ Definir y contextualizar la identidad estratégica de la Feria El Trueque</li> </ul>
		<p>Capacitación sobre Control biológico (combate de las plagas mediante los enemigos naturales como insectos, ácaros, hongos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollar nuevas habilidades para el control de plagas</li> <li>✓ Incentivar el uso de controladores naturales para el combate de plagas que</li> </ul>



			<p>afectan la agricultura y la salud pública.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menor costo operativo.</li> <li>✓ No induce la aparición de nuevas plagas.</li> </ul>
		<p>Capacitación sobre Herramientas Tecnológicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Toma de decisiones de manera oportuna y eficaz</li> <li>✓ Obtener la información necesaria para la toma de decisiones</li> <li>✓ Lograr ventajas competitivas a través de su implementación</li> </ul>

			y producción de productos.
		Capacitación sobre cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fomentar la concientización y desarrollo de capacidades.</li> <li>✓ Adquirir prácticas de manejo sostenible que ayudan a los productores a responder a las amenazas e impacto del cambio climático. (cambios en el rendimiento, cambios fisiológicos en las plantas, baja en la</li> </ul>

			<p>calidad del producto, incidencia de plagas).</p> <p>✓ Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.</p> <p>✓ Lograr productores altamente capacitados dando como resultado la fidelización de los consumidores y evitar su migración a la competencia.</p>
<b>Promover los beneficios de la agricultura</b>	Implementar estilos de vida saludable a partir	Implementación de una encuesta de satisfacción a los	<p>✓ Diagnosticar gustos, preferencias,</p>

<b>orgánica a los costarricenses posicionando la feria El Trueque con servicios más diversificados.</b>	de un cambio en el consumo de alimentos libres de plaguicidas	consumidores habituales de la feria.	expectativas y sugerencias de los consumidores de la feria
		Taller de análisis del estado de situación de la organización.	✓ Un cambio de paradigma respecto a la tendencia habitual de manejo de la feria. ✓ Obtener destrezas de mejoramiento continuo.
		Visitar otras ferias orgánicas para visualizar acciones y estrategias hasta ahora no	✓ Conocer qué hace la competencia e implementarlo (mejorar la competitividad)

		implementadas en la feria el Trueque.	
		Suscribir convenios de capacitación con algunas instituciones estatales para que les brinden asesoría en materia de innovación.	✓ Adquirir conocimientos en innovación.
<b>Implementar una estrategia de atracción de nuevos consumidores para la feria el Trueque</b>	Conocer nuevos nichos de mercado	Visitas a programas radiales para informar sobre los beneficios de la agricultura orgánica y que	✓ Educación masiva de potenciales consumidores al mismo tiempo que mercadea la feria El Trueque.

	<p>Aumentar la demanda de los productos que se comercializan en la feria el Trueque</p>	<p>conozcan sobre la feria El Trueque</p>	
		<p>Implementar publicidad digital para evidenciar los beneficios del consumo de productos orgánicos.</p>	<p>✓ Potenciar de forma masiva el consumo de productos orgánicos</p>
	<p>Aumentar los ingresos de los productores de dicha feria</p>	<p>Hacer diferentes videos en YouTube y redes sociales, donde diversos personajes famosos lleguen a la feria el Trueque compren sus</p>	<p>✓ Aumentar la visitación de nuevos consumidores</p>

		<p>productos y de forma breve, hablen de algunos beneficios y que inviten a visitarla.</p>	
	<p>Mitigar la migración y la ausencia de las visitas de los consumidores habituales de la feria.</p>	<p>Implementar descuentos especiales para fidelizar las tendencias de consumo de los actuales consumidores, y que estos traigan nuevos clientes.</p>	<p>✓ Promover una mayor visitación y compra de productos orgánicos por nuevos clientes.</p>

Fuente: Elaboración propia (2019)

## 5.2. Beneficiarios

**CUADRO 19. BENEFICIARIOS**

<b>Tipo</b>	<b>Descripción del Beneficio</b>
<b>Productores</b>	Se beneficiarán exponencialmente, al poder sacarle un mayor provecho a la feria Orgánica el Trueque, a diferencia de limitar su actividad como ocurre en este momento, únicamente al intercambio de la compra y la venta de uno o más productos. Esto significa, más ingresos, a partir de una mayor diversificación de la oferta disponible de sus productos a los consumidores.
<b>Consumidores</b>	Mayor acceso a más productos orgánicos, estilos de vida más saludables y se verán favorecidos con todos los beneficios de la agricultura orgánica.

Fuente: Elaboración propia (2019)



5.3. Calendario

**CUADRO 20.  
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

		<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES, DURACIÓN 26 SEMANA: DEL 01 DE SETIEMBRE, 2020 AL 22 DE FEBRERO 2021</b>																					
<b>1, 2 y 3</b>	Taller de Análisis FODA	1	2	3																			
<b>4 y 5</b>	Taller de Conciencia sobre la Identidad Estratégica de los Productores de la Feria el Trueque.				4	5																	

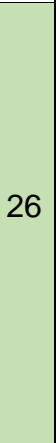
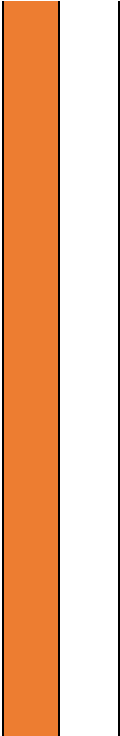
6, 7	Capacitación sobre Control biológico						6	7																
8, 9 y 10	Capacitación sobre Herramientas Tecnológicas							8	9	10														
11 y 12	Capacitación sobre Cambio Climático										11	12												
13, 14 y 15	Implementación de una encuesta de satisfacción a los consumidores												13	14	15									

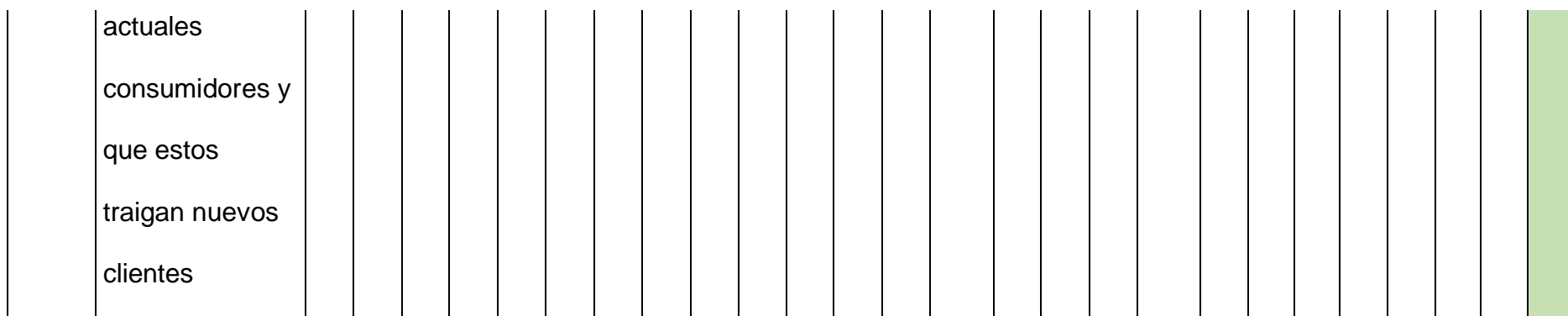
	de la feria El Trueque																					
<b>16 y 17</b>	Taller de análisis del Estado de la Situación de la Organización												16	17								
<b>18, 19</b>	Visitar otras ferias orgánicas para visualizar acciones y estrategias hasta ahora no implementadas en la feria El Trueque														18	19						



	orgánica y que conozcan la feria El Trueque																													
23, 24	Implementar publicidad tradicional y digital para evidenciar los beneficios del consumo de productos orgánicos																								23	24				
25	Hacer un video en Youtube, donde un personaje																											25		

	<p>famoso llegue a la feria el Trueque compre sus productos y de forma breve, hable de algunos beneficios y que invite a visitarla.</p>
<p><b>26</b></p>	<p>Implementar descuentos especiales para fidelizar las tendencias del consumo de los</p>





Fuente: Elaboración propia (2020)

## **En relación con el tema de la implementación de las capacitaciones**

Según se expone en los artículos 6 y 9 de la Ley de desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, N° 8542 (p.13), se indica lo siguiente:

Le corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) como órgano encargado de la promoción de la actividad agropecuaria orgánica, realizar las labores de promoción, desarrollo, fomento, administración y control de la actividad agropecuaria orgánica. Asimismo, cuenta con la autorización para suscribir convenios de cooperación interinstitucional y con entidades no gubernamentales, con el propósito de desarrollar, fomentar y realizar actividades de promoción para cumplir los fines señalados en la presente ley.

Por lo tanto, le corresponde a la Junta Directiva de la feria orgánica El Trueque, nombrar una comisión de trabajo que, con el apoyo de la desarrolladora del presente trabajo final de graduación, se gestione ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el apoyo correspondiente para realizar las capacitaciones mencionadas, las cuales se pueden llevar a cabo un sábado por la tarde, al finalizar la feria, máxime que ellos pertenecen a diferentes comunidades. En similar orden de ideas se gestionará lo mismo, con otras instituciones como el INA, o bien con el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICIT) según corresponda y como se detallará más adelante.



#### 5.4. Presupuesto costo de cada actividad

CUADRO 21

#### PRESUPUESTO COSTO DE CADA ACTIVIDAD

Detalle presupuesto/actividades			
Nombre actividad	RECURSOS	Precio/actividad (en colones)	GRAN TOTAL
Taller análisis FODA	<b>Servicios profesionales de un planificador.</b> Tres horas de servicios profesionales (Costo por hora: ₡35,000.00)	105,000	<b>130,000</b>
	<b>Materiales:</b> pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos	10,000	
	<b>Alimentación</b>	15,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>130,000</b>	
Taller de Conciencia sobre la identidad estratégica de los	<b>Servicios profesionales de un planificador.</b> Tres horas de servicios	105,000	<b>130,000</b>

productores de la feria el Trueque.	profesionales (Costo por hora: ¢35,000.00		
	<b>Materiales:</b> pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos	10,000	
	<b>Alimentación</b>	15,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>130,000</b>	
Capacitación sobre control biológico	<b>Coordinar con el MAG la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la capacitación</b>	0,000	<b>25,000</b>
	<b>Materiales:</b> específicos para trabajo de campo. Asimismo, puede requerir pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos	10,000	
	<b>Alimentación</b>	15,000	

	<b>TOTAL</b>	<b>25,000</b>	
Capacitación sobre herramientas tecnológicas	<b>Coordinar con el INA la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la capacitación</b>	0,000	<b>25,000</b>
	<b>Materiales:</b> pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos	10,000	
	<b>Alimentación</b>	15,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>25,000</b>	
Capacitación sobre cambio climático	<b>Coordinar con el INA la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la capacitación</b>	0,000	<b>25,000</b>
	<b>Materiales:</b> pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos	10,000	

	<b>Alimentación</b>	15,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>25,000</b>	
Implementación de una encuesta de satisfacción a los consumidores habituales de la feria.	Servicios profesionales encuestador	25,000	<b>29,000</b>
	Materiales: Instrumentos impresos	4,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>29,000</b>	
Taller de análisis del estado de situación de la organización.	<b>Servicios profesionales de un planificador</b> Tres horas de servicios profesionales (Costo por hora: ¢35,000.00)	105,000	<b>130,000</b>
	<b>Materiales:</b> pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos	10,000	
	<b>Alimentación</b>	15,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>130,000</b>	

<p>Visitar otras ferias orgánicas para visualizar acciones y estrategias hasta ahora no implementadas en la feria el Trueque.</p>	<p><b>Transporte</b></p>	<p>10,000</p>	<p><b>10,000</b></p>
	<p><b>TOTAL</b></p>	<p><b>10,000</b></p>	
<p>Suscribir convenios de capacitación con algunas instituciones estatales para que les brinden asesoría en materia de innovación</p>	<p><b>Coordinar con el INA la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la capacitación</b></p>	<p>0,000</p>	<p><b>25,000</b></p>
	<p><b>Materiales:</b> pliegos de papel periódico, marcadores permanentes de colores, masking tape, tijeras, periódicos</p>	<p>10,000</p>	
	<p><b>Alimentación</b></p>	<p>15,000</p>	
	<p><b>TOTAL</b></p>	<p><b>25,000</b></p>	

Visitas a programas radiales para informar sobre los beneficios de la agricultura orgánica y que conozcan sobre la feria El Trueque	<b>Transporte por traslado a oficinas de radio</b>	10,000	
	<b>TOTAL</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>
Implementar publicidad tradicional y digital para evidenciar los beneficios del consumo de productos orgánicos	<b>Transporte por traslado a Canal 15 de la UCR, para gestionar un reportaje que publicite la Feria El Trueque y sus beneficios.</b>	10,000	<b>80,000</b>
	<b>Impresión de mantas publicitarias</b>	15,000	
	<b>Confección y reparto de volantes</b>	35,000	
	<b>Perifoneo</b>	10,000	
	<b>Costo traslado para buscar en la escuela de ingeniería Informática de la Universidad de Costa Rica o bien en la</b>	10,000	

	<b>Universidad Nacional, un estudiante de informática, que elabore una App como proyecto final de graduación</b>		
	<b>TOTAL</b>	<b>80,000</b>	
Hacer un video en YouTube y redes sociales, donde un personaje famoso llegue a la feria el Trueque compre sus productos y de forma breve, hable de algunos beneficios y que invite a visitarla	<b>Combustible y gastos de representación por búsqueda de persona que hará el video</b>	20,000	<b>20,000</b>
	<b>Total</b>	<b>20,000</b>	
Implementar descuentos especiales para fidelizar las tendencias de consumo de los actuales	<b>Implementar descuentos condicionados a traer nuevos clientes. El costo de esta actividad está sujeto a ceder un porcentaje de la ganancia reflejada respecto a la</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>

<p>consumidores, y que estos traigan nuevos clientes.</p>	<p><b>venta habitual del producto.</b></p>		
<p>GRAN TOTAL</p>			<p>₡ 639,000</p>

Fuente: Elaboración propia (2019)



## 5.5. Plan de trabajo

**CUADRO 22**  
**PLAN DE TRABAJO**

<b>PLAN DE TRABAJO</b>						
<b>OBJETIVO</b>	<b>META</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>

<p><b>Incentivar la integración organizada de los productores para el emprendimiento de sus actividades comerciales de forma integral</b></p>	<p>Se prevé que los talleres y las capacitaciones darán inicio en el mes de agosto del 2020 y durante las siguientes 10 semanas, en un salón ubicado en la feria orgánica El Trueque, lugar donde</p>	<p>1. Taller de Análisis FODA 2. Taller de Conciencia sobre la identidad estratégica de los productores de la feria el Trueque. 3. Capacitación sobre control biológico. 4. Capacitación sobre herramientas tecnológicas</p>	<p>Cantidad y frecuencia de propuestas elaboradas por los mismos productores de forma conjunta en temas diversos como control biológico, FODA, identidad estratégica, herramientas tecnológicas y</p>	<p><b>1 y 2. Servicios profesionales</b> materiales, alimentación <b>3. Coordinar</b> con el MAG la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la capacitación materiales y alimentación</p>	<p><b>1,2,3,4,5, Profesional en Planificación Económica y Social</b></p>	<p>10 semanas</p>
---	---	--	---	--	--	-------------------

	regularmente se realizan las asambleas	<b>5. Capacitación sobre cambio climático</b>	cambio climático	<b>4. y 5.</b> Coordinar con el INA la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la capacitación. Materiales y alimentación		
--	--	---	------------------	--	--	--

<p><b>Implementar estilos de vida saludable a partir de un cambio en el consumo de alimentos libres de plaguicidas</b></p>	<p>La actividad <b>1 y 2</b> descritas en el cuadro de la derecha se llevará a cabo en el campo ferial ubicado en Barrio El Carmen de Paso Ancho, dando inicio durante la semana 11 y finalizando durante la</p>	<p><b>1.</b>Implementación de una encuesta de satisfacción a los consumidores habituales de la feria. <b>2.</b>Taller de análisis del estado de situación de la organización. <b>3.</b>Visitar otras ferias orgánicas para visualizar acciones y</p>	<p><b>1.</b> Cantidad de consejos o propuestas implementadas por recomendación de los propios consumidores <b>2.</b> Cantidad de nuevas estrategias implementadas <b>3.</b> Cantidad y periodicidad</p>	<p><b>1.</b>Servicios profesionales encuestador <b>2.</b> Servicios profesionales. materiales, alimentación <b>3.</b> Transporte <b>4.</b>Coordinar con el INA la donación de los servicios profesionales de una persona, para que imparta la</p>	<p>Profesional en Planificación Económica y Social</p>	<p>9 semanas</p>
--	--	--	---	---	--	------------------

	<p>semana 14. La actividad <b>3</b>se llevará a cabo durante las semanas 15 y 16, visitando la Feria Verde ubicada en Barrio Aranjuez en San José, Feria verde en Ciudad Colón, Mercadito azul en Cartago,</p>	<p>estrategias hasta ahora no implementadas en la feria el Trueque. <b>4.</b>Suscribir convenios de capacitación con algunas instituciones estatales para que les brinden asesoría en materia de innovación.</p>	<p>de visitas realizadas y tiempo ampliado en cada visita <b>4.</b> Cantidad de convenios suscritos.</p>	<p>capacitación. Materiales y alimentación</p>		
--	--	--	--	--	--	--

	<p>La Verbena ubicada en el Llano de Alajuela, Mercado Natural en Curridabat y el Mercadito en San Rafael de Escazú. 4. Contactar y gestionar durante las semanas 17, 18 y 19 la visita a</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	instituciones estatales para solicitar la asesoría en materia de innovación.					
--	--	--	--	--	--	--

<p><b>Conocer nuevos nichos de mercado</b></p>	<p>Contactar y gestionar durante la semana 20 y 21 visitas a programas radiales en el área metropolitana</p>	<p>Visitas a programas radiales para informar sobre los beneficios de la agricultura orgánica y que conozcan sobre la feria El Trueque</p>	<p>Cantidad de visitas alcanzadas, cantidad de comentarios y cantidad de "me gusta" en la página de Facebook.</p>	<p>Transporte por traslado a oficinas de radio</p>	<p>Comisión designada por la Junta Directiva</p>	<p>2 semana</p>
<p><b>Aumentar la demanda de los productos que se comercializan</b></p>	<p>Implementar publicidad durante las semanas 22, 23, 24 y 25 en los cantones</p>	<p>Implementar publicidad tradicional y digital para evidenciar los beneficios del</p>	<p>Periodicidad y cantidad de publicidad</p>	<p>Transporte, impresión de mantas publicitarias y volantes, perifoneo</p>	<p>Comisión designada por la Junta Directiva</p>	<p>4 semanas</p>



<b>en la feria el Trueque</b>	de la provincia de San José	consumo de productos orgánicos.				
<b>Aumentar los ingresos de los productores de dicha feria</b>	Contactar y gestionar durante las semanas 26, 27, 28 y 29 un personaje famoso a nivel nacional para que realice un video para promocionar la feria	Hacer un video en YouTube y redes sociales, donde un personaje famoso llegue a la feria el Trueque compre sus productos y de forma breve, hable de algunos	Cantidad de "Me gusta", reproducciones y comentarios del video en Facebook y YouTube.	Gastos por combustible y representación	Comisión designada por la Junta Directiva	4 semanas

		beneficios y que invite a visitarla				
<b>Mitigar la migración y la ausencia de las visitas de los consumidores habituales de la feria.</b>	Implementar durante las semanas 30, 31 y 32 los descuentos especiales de fidelización. El cliente regular debe traer	Implementar descuentos especiales para fidelizar las tendencias de consumo de los actuales consumidores, y	Cantidad y periodicidad de visitas de nuevos clientes. Porcentaje de aumento en las ventas.	El costo de esta actividad está sujeto a ceder un porcentaje de la ganancia reflejada respecto a la	Comisión designada por la Junta Directiva	3 semanas

	consigo al nuevo cliente.	que estos traigan nuevos clientes.		venta habitual del producto.		
--	------------------------------	---------------------------------------	--	---------------------------------	--	--

**La Junta Directiva es el ente responsable** de dar seguimiento para que el plan de trabajo se ejecute, lo anterior mediante el nombramiento de comisiones de trabajo, encargadas de coordinar con el MAG, el INA, Universidades o bien, instituciones según corresponda, con el fin de que se incorporen a dicho plan, de cara al cumplimiento de los objetivos.

## 5.6. Conclusiones

1. Se expresaron los motivos de preferencia de la elaboración de productos orgánicos y su consumo en la feria orgánica El Trueque, por parte de los productores y consumidores: tradición familiar y la inquietud por el uso predominante de los plaguicidas en otras ferias.
2. En lo que atañe a los consumidores, se desprende que la mayoría consume productos orgánicos por motivos de salud, y en menor medida indicaron que lo hacen por ser productos libres de agroquímicos.
3. Se entiende que la producción orgánica, en términos generales, es aquella actividad agrícola que se basa en prácticas naturales, diseñadas para la conservación del medio ambiente, y minimizando la huella ecológica, y además, de que, sin necesidad del uso de agroquímicos sintéticos y de organismos transgénicos, incide positivamente en los productores y consumidores, y garantizan, mediante la respectiva certificación, su origen, y se constituyen en una manifestación de estilos de vida saludable.
4. Hay una marcada satisfacción personal en contribuir con el cuidado del medio ambiente.
5. Se advierten las nefastas consecuencias que la agricultura convencional está ocasionando, debido a la contaminación de las aguas y del ambiente, la pérdida de fertilidad de la tierra, el aumento de la deforestación, y la expulsión de comunidades campesinas e indígenas, debido al uso intensivo de cantidades inmensas de químicos, fertilizantes sintéticos, semillas transgénicas, combustibles, y agro tóxicos arrojados sin control.

6. Los sistemas de producción orgánica y amigable con el ambiente, basan su manejo en el empleo de prácticas de conservación de suelos y aguas, aumento de la biodiversidad, uso de materia orgánica, utilización racional de insumos necesarios para la nutrición y el control de enfermedades, integración de árboles dentro del cultivo, empleo de sistemas de monitoreo y alertas tempranas para el control de enfermedades, plagas y alteraciones climáticas
7. Se presenta todo un proceso pedagógico y de culturización interesantes que tiene su incidencia tanto en la alta frecuencia de visitación, como en la proporción de compra de estos productos orgánicos por quien la visita (entre un 70 y 80 %) comparativamente hablando, respecto a su canasta básica familiar.
8. Se formuló una propuesta estratégica dirigida al fortalecimiento de la feria El Trueque, con acciones estratégicas, objetivos, actividades y resultados esperados. En ella, se detalló el respectivo cronograma de actividades, presupuesto de costo para cada actividad y plan trabajo.

## 5.7. Recomendaciones

Atendiendo a estas consideraciones, en este apartado se incluirán algunas de las recomendaciones más relevantes, recogidas en los criterios inferidos por los mismos productores y consumidores, y que se encuentran condensados y complementados en la Propuesta Estratégica, como posibilidad de mejora y crecimiento, a partir de sus necesidades y expectativas en particular.

En tal sentido, dentro de la Propuesta Estratégica, se promovieron las siguientes actividades que fueron vinculadas específicamente con sus acciones estratégicas, objetivos, y resultados esperados:

1. Taller de análisis FODA,
2. Taller de conciencia sobre la identidad estratégica de los productores de la feria el Trueque,
3. Capacitación sobre control biológico,
4. Capacitación sobre herramientas tecnológicas,
5. Capacitación sobre cambio climático,
6. Implementación de una encuesta de satisfacción a los consumidores habituales de la feria,
7. Taller de análisis del estado de situación de la organización,
8. Visitas a otras ferias orgánicas para ver acciones y estrategias no implementadas en la feria el Trueque,
9. Suscribir convenios de capacitación con algunas instituciones estatales para que les brinden asesoría en materia de innovación,

10. Visitas a programas radiales para informar sobre los beneficios de la agricultura orgánica y que conozcan sobre la feria El Trueque.
11. Implementar publicidad digital para evidenciar los beneficios del consumo de productos orgánicos.
12. Hacer diferentes videos en YouTube y redes sociales, donde diversos personajes famosos lleguen a la feria el Trueque, compren sus productos y de forma breve, hablen de algunos beneficios y que inviten a visitarla.
13. Implementar descuentos especiales para fidelizar las tendencias de consumo de los actuales consumidores, y que estos traigan nuevos clientes.
14. Investigar por qué los consumidores frecuentes no han comprado en la feria los 19 años de existencia de esta.
15. Es necesario actualizar la página en Facebook de la feria orgánica El Trueque, y actualizar la información, siendo que, ni siquiera han indicado su nueva localización a partir del 02 de febrero del 2019. Además, que podrían echar mano de herramientas muy útiles como Facebook Live y así producir y editar vídeos tanto de la calidad y variedad de los productos como de la interacción de los consumidores y visitantes con estos y con los mismos productores.
16. Los productores deben definir productos importantes que aún no se venden en la feria y que son del gusto de los segundos.

## 5.8. Referencias bibliográficas

Abad, P. (2009). *La metodología de los programas de investigación científica*. Ed. Alianza, Madrid.

Actas del II Congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica SEAE, 1996. *Agricultura Ecológica y Desarrollo Rural. Pamplona – Iruña*, 25-28 de septiembre de 1996. Recuperado de <https://orgprints.org/29757/1/actas-pamplona-vd.pdf>

Aguirre, J. A. (2009). *Mercados orgánicos en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Aguirre, M. S., Echeverría, C., Charterina J. y Vicente A. (2003) "El Consumidor ecológico, un modelo de comportamiento a partir de la recopilación y análisis de la evidencia empírica, *Distribución y Consumo*, año 13, núm.67, Madrid.

Álvarez, L. (2012). *Los estilos de vida en salud: del individuo al contexto*. Rev. Fac. Nac. Salud Pública. 2012; 30(1), 95-101.

Amador, M; Cussianovich, P. (2002). *Aproximación de la oferta centroamericana de productos orgánicos y situación de sus mercados*. San José, C. R. IICA.

Disponible

en:

<http://www.webiica.ac.cr/bibliotecas/replica/B0358E/B0358E.PDF>



- Araya, J. (2015). *Costa Rica es el consumidor más voraz de plaguicidas en el mundo*. Semanario Universidad. Recuperado de <http://semanariouniversidad.ucr.cr/pais/costa-rica-es-el-consumidor-mas-voraz-de-plaguicidas-en-el-mundo/>
- Arboleda, E., Mora, J.R. (2018). *Percepción del consumidor en cuatro ferias del agricultor*, Costa Rica. Esteban Arboleda Julio Universidad Nacional, Costa Rica. [esteban.arboleda.julio@una.cr](mailto:esteban.arboleda.julio@una.cr) Juan Rafael Mora Camacho Universidad Nacional, Costa Rica. [juan.mora.camacho@una.cr](mailto:juan.mora.camacho@una.cr). Recuperado de: DOI:<http://doi.org/10.15359/prne.16-32.6>.
- Barrantes, R. (2006). *Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. Costa Rica. Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Barrientos, J.A. (2006). *Introducción a la Estadística Inferencial*. San José, Costa Rica. EUNED
- Becoña, E., Vásquez, F. y Oblitas, L. (2000). *Promoción de estilos de vida saludables ¿Realidad, mito o utopía?* En: L. Oblitas y E. Becoña, E.(Eds.), *Psicología de la Salud* (pp. 11-52). México D.F.: Plaza y Valdés.
- Beltrán, L.F. (2002), " *Consumo sustentable como derecho-obligación para disfrutar de un medio ambiente sano*", *Región y Sociedad* vol.14, núm.23, Sonora.
- Bishop, B. (2000). *Marketing Estratégico para la Era Digital*, Primera Edición. México: Compañía Editorial Continental

Boletín mensual, CBA Canasta Básica Alimentaria, enero 2015 [http://inec.cr/sites/default/files/documentos/economia/costo\\_canasta\\_basica\\_alimentaria/publicaciones/reeconomcba012015-01.pdf](http://inec.cr/sites/default/files/documentos/economia/costo_canasta_basica_alimentaria/publicaciones/reeconomcba012015-01.pdf)

Caldas Mejía, R. F. (2013) Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Estudios Ambientales y Rurales Carrera de Ecología. *Entre la agricultura convencional y la agroecología. El caso de las prácticas de manejo en los sistemas de producción campesina, en el municipio de Silvania*, Trabajo de grado para optar por el título de Ecólogo.

Calomarde, J.V. (2000). *Marketing Ecológico*, Madrid, Pirámide, ESIC.

Castañeda, H., Chaves, L. D. y Segura, X. (2015) *Feria Orgánica el Trueque: Alcances de una economía social solidaria*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, Instituto Tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica. Volumen 4, N.1 y 2 33-35. <https://doi.org/10.18845/tracs.v4i1-2.2473> diciembre, 2015.

Castro, A. M. (2016). *Fichero Cantonal. San José. C.R.*: Instituto de Formación y Estudios en Democracia, 2015.

CEDECO, (2003). *Las Feria Orgánicas, una oportunidad de construir tejido social. Avances de investigación*. San José, Costa Rica: Editor: Corporación Educativa para el desarrollo costarricense.

Cockerham, W. (2012). *Medical Sociology*. 12th ed. Boston: Prentice Hall.

Comité Regional de la OMS (1998). *European Health21 Target 11 Healthy Living*, Copenhague, septiembre de 1998. Recuperado de: <http://www.kznhealth.gov.za/healthyliving.pdf>

Contreras, C. (2000) *Planteamiento estratégico en bibliotecas y centros de documentación*. Lima, p 44.

Coletto Martínez, José Miguel (2004). *Agricultura Convencional y Agriculturas Alternativas*. Documento recuperado de: [https://www.unex.es/conoce-la-unex/centros/eia/archivos/iag/2004/2004\\_14%20Agricultura%20convencion-al%20y%20agriculturas%20alternativas.pdf](https://www.unex.es/conoce-la-unex/centros/eia/archivos/iag/2004/2004_14%20Agricultura%20convencion-al%20y%20agriculturas%20alternativas.pdf)

Cubero, A. (22 febrero, 2019). *Ticos con más apetito de productos saludables. Variedad de surtido responde a crecimiento de la demanda. La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/ticos-con-mas-apetito-de-productos-saludables>

Damiani, O. 2002. Pequeños productores rurales y agricultura orgánica: Lecciones aprendidas en América Latina y el Caribe. Disponible en: <http://www.umoar.edu.sv/biblio/agricultura/agricultura%20orgánica/pequeños%20productores%20organicos%20rurales.pdf>

García, M. (1973). *Comercialización agraria contenido económico*. Documento en PDF recuperado de [https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/5585/r083\\_04.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/5585/r083_04.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

García, J. 1999. *La agricultura orgánica en Costa Rica*. Disponible en: [http://books.google.co.cr/books?id=YoloBbw-zRsC&pg=PP8&lpg=PP8&dq=Jaime+Garcia+agricultura+orgánica&source=bl&ots78=RM1JNFC2M&sig=RnOLveFqlnaejE7YIZ\\_e4YUDBQM&hl=es&sa=X&ei=FEqJUfG2DMfH0wGxhoHIDw&ved=0CDoQ6AEwAQ](http://books.google.co.cr/books?id=YoloBbw-zRsC&pg=PP8&lpg=PP8&dq=Jaime+Garcia+agricultura+orgánica&source=bl&ots78=RM1JNFC2M&sig=RnOLveFqlnaejE7YIZ_e4YUDBQM&hl=es&sa=X&ei=FEqJUfG2DMfH0wGxhoHIDw&ved=0CDoQ6AEwAQ)

- Guerrero, L. (2010). *Estilo de vida y salud: un problema socioeducativo. Antecedentes*. Revista Venez. De Educ. Educere jun – dic, 14 (9), 287 – 395.
- Guerrero, L. (2010). *Estilo de vida y salud. Rev. Venez. De Educ. Educere enero – junio*, 14 (48), 13 – 19.
- Gowie Eric A. (2002) *Producción Orgánica: ¿Qué Es?* .diciembre 2002. Disponible en [http://www.actaf.co.cu/revistas/revista\\_au\\_1-18/rau6/AU6%20produccion%20organica.pdf](http://www.actaf.co.cu/revistas/revista_au_1-18/rau6/AU6%20produccion%20organica.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*, Quinta Edición. México.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*, Sexta Edición. México.
- Hokey, M. y Galle, W.P. (2001). *Green purchasing practices of US firms, International Journal of Operations & Production Management*, vol. 21, núm 9, Bradford, pp 1222-1238.
- IBS Soluciones Verdes. (Agosto, 2013). *Estudio sobre el entorno nacional de la agricultura orgánica en Costa Rica*, p. 13,14. Recuperado de [http://www.mag.go.cr/biblioteca\\_virtual/bibliotecavirtual/prog-nac-agric-org-entorno](http://www.mag.go.cr/biblioteca_virtual/bibliotecavirtual/prog-nac-agric-org-entorno).
- Índice de desarrollo social 2017 / *Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica*. -- San José, CR : MIDEPLAN, 2018.1 recurso en línea (126 p.)

Infiesta, J., Bimella, J., Garrucho, G. y March J. (2004). *Estilos de vida y juventud*. Recuperado el 10 de febrero, 2004 de [www.ilo.org/public/spanish/region](http://www.ilo.org/public/spanish/region).

Laukión, I. (2018). *Procedimiento para la planificación empresarial. Caso estudio empresa constructora de obras de ingeniería no17*. Tesis presentada en opción al título de licenciado en contabilidad y finanzas (PDF). Recuperado de <https://repositorio.uho.edu.cu/jspui/bitstream/uho/5450/1/Tesis%20Indira%20Lauki%C3%B3n%20Borjas.pdf>

Lerma, A. E. y Bárcena S. (Agosto, 2012). *Planeación Estratégica por Áreas Funcionales*. Guía Práctica. Primera Edición. Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V. México.

Ley de desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica. N°8542 (2006)

López, R. y Deslauriers J. P. (2011). Margen N°61. *La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social*. Recuperado de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2711/La%20entrevista%20cualitativa%20como%20t%C3%A9cnica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martínez R., L. A. (Marzo, 2007). *La Observación y el Diario de Campo en la Definición de un Tema de Investigación*. Recuperado de <https://www.ugel01.gob.pe/wp-content/uploads/2019/01/1-La-Observación-y-el-Diario-de-campo-07-01-19.pdf>

Meneses, A. (2012). *Evaluación de efectos en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos de la feria El Trueque, a doce años de su formación* (Tesis de Maestría) Universidad de Costa Rica, ciudad universitaria Rodrigo Facio, San José, Costa Rica.

Mintzberg, Henry, Cuero Osorio, Junior Estiven, Espinosa Ortegón, Ana Milena, Guevara Restrepo, Martha Inés, Montoya Zapata, Katherin Andrea, Orozco Moreno, Leidy patricia y Ortiz Martínez, Yeidi Andrea. (2007). *Planeación Estratégica Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira Fundamentos de la Administración*. Sede Palmira. Recuperado de [https://joseordinolaboyer.files.wordpress.com/2011/11/job\\_mintzberg\\_planeacion-estrategica.pdf](https://joseordinolaboyer.files.wordpress.com/2011/11/job_mintzberg_planeacion-estrategica.pdf)

Moreira, Díddier y Castro, Claudio. (2017) *Sistemas agroforestales. Adaptación y mitigación en la producción de banano y cacao*. IICA. Disponible en <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/3049/1/BVE17068963e.pdf>

Moss, M (2016). *Adictos a la Comida Basura. Cómo la industria manipula los alimentos para que nos convirtamos en adictos a sus productos*. Barcelona, España: Centro Libros PAPF, S.L.U. (2016).

Ortega, G. (2009) *Agroecología vs. Agricultura Convencional*, Base Investigaciones Sociales, Asunción, diciembre 2009.

Paz, C. R. (2010) *Atención al cliente. Guía práctica de técnicas y estrategias*. Bogotá, Colombia. Ediciones de la U.

Ramos Chagoya, Ena. (Julio, 2008). *Métodos y técnicas de investigación*. Recuperado de

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48130436/Metodos\\_y\\_tecnicas\\_de\\_investigacion\\_GestioPolis.pdf?1471477388=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos\\_y\\_tecnicas\\_de\\_investigacion.pdf&Expires=1591162381&Signature=DPlu9AocNmdbeTVyLYs5aQQyDOG-GhveLweNC8hfFik6txwwXQDVF4s3X5mTuw8391YftTyRxSOyfWQGpkQmV7BN1IWJmOQkZN8FIPeOBy-jB-UwurjhR9FuLct4SOCqlukYhoVw~L9CFHg8EQDz6cRqn6x-gbLfKwuZIBpuugfp7FIpWnQjKcEZZePhQD73ed1k-fnXf8QTKKn9EKdch0U4KCke9uikSwUgjEsFLRHdTXhirbmL8XTXxsK8i135JeZ7FiuBnDZtg5TZV9Qcu5oKj5OQUe6rGybn93ZtlhCGlcigKD7o4bw36zCbqrsLSzYSLp04xBf0Z2Gtny-35g\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48130436/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion_GestioPolis.pdf?1471477388=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos_y_tecnicas_de_investigacion.pdf&Expires=1591162381&Signature=DPlu9AocNmdbeTVyLYs5aQQyDOG-GhveLweNC8hfFik6txwwXQDVF4s3X5mTuw8391YftTyRxSOyfWQGpkQmV7BN1IWJmOQkZN8FIPeOBy-jB-UwurjhR9FuLct4SOCqlukYhoVw~L9CFHg8EQDz6cRqn6x-gbLfKwuZIBpuugfp7FIpWnQjKcEZZePhQD73ed1k-fnXf8QTKKn9EKdch0U4KCke9uikSwUgjEsFLRHdTXhirbmL8XTXxsK8i135JeZ7FiuBnDZtg5TZV9Qcu5oKj5OQUe6rGybn93ZtlhCGlcigKD7o4bw36zCbqrsLSzYSLp04xBf0Z2Gtny-35g_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>>.

Revista *Perspectivas Rurales Nueva Época*, Escuela de Ciencias Agrarias.

Tomado de: DOI: <http://doi.org/10.15359/prne.16-32.6>

Reynoso, E. L. y Seligson, I. (2005). *Psicología Clínica de la Salud: un enfoque conductual*. México D.F.: El Manual Moderno.

Robin, M.M. (2016). *El mundo según Monsanto. De la dioxina a los OMG: una multinacional que les desea lo mejor*. Barcelona, España: Grupo Editorial 62 S.L.U.

Rodríguez, J. (1995). *Psicología Social de la Salud*. Madrid: Síntesis.

- Roig, J. L. y Gómez, Mercedes (2000). *Riesgos sobre la salud de los alimentos modificados genéticamente: Una Revisión Bibliográfica*. *RevEsp Salud Pública*. Recuperado en <https://www.scielosp.org/article/resp/2000.v74n3/255-261/es/>
- Saavedra, M.L. y Tapia, B. (2013). *El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas*. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10 (1),85-104. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/823/82326270007/>
- Salgado Beltrán, Lizbeth, Subirá Lobera, María Esther, & Beltrán Morales, Luis Felipe. (2009). *Consumo orgánico y conciencia ambiental de los consumidores*. *Problemas del desarrollo*, vol.40(157), 189-199. Recuperado el 29 de febrero de 2020. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0301-70362009000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362009000200008&lng=es&tlng=es)
- Salinas, P. J. (2010). *Metodología De La Investigación Científica*. Recuperado de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53994108/metodologia\\_investigacion.pdf?1501190872=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia\\_investigacion.pdf&Expires=1591165140&Signature=UGjUpffGP2Hf5dIMrVML9SgyQ5oIxQXSjUlvXH6SGVraBYveLTzI7nfBbKeVeKCvXoWriMB86Dc1uuoUwSSFJQiCmD0mSGSudoyBvqPYI4rY6OxoYBNmxEiTYvhfonIGIGfmk5GUb5DdsUXhpDKPTO0h6pcHUkvEgtcdvpB8685pplzeetvBEV65-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53994108/metodologia_investigacion.pdf?1501190872=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia_investigacion.pdf&Expires=1591165140&Signature=UGjUpffGP2Hf5dIMrVML9SgyQ5oIxQXSjUlvXH6SGVraBYveLTzI7nfBbKeVeKCvXoWriMB86Dc1uuoUwSSFJQiCmD0mSGSudoyBvqPYI4rY6OxoYBNmxEiTYvhfonIGIGfmk5GUb5DdsUXhpDKPTO0h6pcHUkvEgtcdvpB8685pplzeetvBEV65-)



[QvJVGvKFrQUYoCcu9Wc8Sxc3cikqKvD94SxNBCHTelveTpl8Xxmp3nTL  
kxASh7labaKVXvMLqNTGriSsYop0u3JH2X-YuP8BsgQ3FNubtx9PVRk-  
Wg7VyDk4Sn30GEyW0WSyglTScXc3sv1OFQilS2~7uPWg\\_&Key-Pair-  
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](http://www.cedeco.or.cr/documentos/sist%20CEDECO.pdf)

Samandu, L. (2006). *Sistematización de experiencias en agricultura orgánica*.

Disponible en: <http://www.cedeco.or.cr/documentos/sist%20CEDECO.pdf>

Servicio Fitosanitario del Gobierno de Costa Rica. (2012). Estadísticas de la producción orgánica en Costa Rica. Disponible en:

[http://www.sfe.go.cr//Agricultura%20Organcia/Estadisticas\\_Organica.html](http://www.sfe.go.cr//Agricultura%20Organcia/Estadisticas_Organica.html)

Smith P. (2006) *Strategic planning –the need for a new approach*. En: *Enhancing strategic capital*. Handbook of Business Strategy. Bradford : Emerald Group Publishing Limited, p. 195-197.

Soto, G. (Mayo, 2003). *Memoria del Taller Agricultura Orgánica: una herramienta para el desarrollo rural sostenible y la reducción de la pobreza*. Turrialba, Costa Rica. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-at738s.pdf>

Torres M., Paz K. y Salazar F. (2014). *Métodos de recolección de datos para una investigación*. Boletín electrónico N°03. Facultad de ingeniería – Universidad Rafael Landívar. Recuperado de <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2817/1/Métodos%20de%20recolección%20de%20datos%20para%20una%20investigación.pdf>

Vargas, S. (2010). *Los estilos de vida en la salud. La salud pública en Costa Rica. Estado actual, retos y perspectivas*. San José: Universidad de Costa Rica, 539.

Vives, A. (2007). Artículo. *Estilo de vida saludable: puntos de vista para una opción actual y necesaria*. 2007. Documento recuperado de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BjhAmBIIAjsJ:hhttps://www.psicologiaincientifica.com/estilo-de-vida-saludable/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=cr&client=safari>

Recibido:

20/07/2018 Aceptado: 09/11/2018 Publicado: 30/12/2018

## **ANEXOS**

## Encuestas a productores

### Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Proteger la salud de los trabajadores, eliminando los riesgos de producir con plaguicidas

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Certificación al día, formar parte de la certificación participativa, alquiler de espacio en la feria El Trueque, 3 años de desintoxicación de las tierras.

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

Plaguicidas naturales hechos en casa, para evitar uso de químicos, conocer la ley

4. ¿Consume usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí xq son + saludables y se enferma menos

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Tradición familiar

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

3 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Bienestar personal y ambiental

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Frutas, verduras, legumbres

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí. Chilagro

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

En el tomate cuando el tallo se pone negro "carbón", en la papaya para combatir ~~la~~ la avispa

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, TIAG

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Le gustara aprender sembrar otros productos y recibir cursos sobre mercadeo, híbridos,

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Honestidad, transparencia con el cliente, sabor inigualable

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Pedir siempre la certificación, el color y sabor son más ricos

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. ha gente que conoce los beneficios en la salud, los busca el sábado

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

Sí. Transnacionales de Piña, banana, y café

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Publicidad, un lugar + grande, uso de tecnología y capacitación.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Es una feria de ambiente familiar con productores de experiencia, comprometidos con la salud del consumidor y con la naturaleza.

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, TIAG, experiencias entre compañeros

Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?  
Me gustaría sembrar otros cultivos como muchas interacciones con el medio ambiente. Ayuda con la transformación de los consumidores a eso mismo para mejorar el bienestar de todos.

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?  
Naturalidad, sabor + rico y colores orgánico. Como sabemos que un producto es orgánico.

3. Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?  
Español para poder vender los productos y en el trueque formar parte de certificaciones participando.

13. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque  
No conocer la ley, seguir registracion de la certificadora, no usar plaguicidas, usar abonos y plaguicidas natural es sano y salud

4. ¿Consume usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.  
Si x la salud más prolongada

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?  
Si. Pate, burio - Productor de Heredia

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, que lo motivó a sembrar orgánico?  
Cuidar el medio ambiente y la salud familiar ante el uso impetuoso de plaguicidas.

6. Desde cuándo empezó a hacer su finca orgánica?  
8 años  
Eupodeciar al productor, liderazgo, usar + tecnología

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?  
Satisfacción personal y con el cliente al poder ofrecer un producto natural, bienestar, limpio

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?  
Salud del ambiente y el ambiente. Ser una fruta, verduras, legumbres, hortaliza.

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?  
Si. Chilagro, lombricompost

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?  
Papaya, tomate

## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Trabajar en armonía con la naturaleza y no contra ella.

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Formar parte de la certificación participativa, terrenos libres de químicos, pago de alquiler en la feria

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

conocer la ley, tierras sin químicos, se hacen sus plaguicidas naturales en la casa, se respeta la legislación de la certificadora

4. ¿Consume usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí, ya desde que consume, visita menos al médico.

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Evitar plaguicidas y las intoxicaciones dadas en la familia

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

17 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Salud, ambiente sostenible

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Frutas, verduras, legumbres,

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí. Bocache, Polvares orgánicos, lombricompost.

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

Uvainica, tomate, papaya

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, NAB, experiencias entre compañeros

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Si, sembrar más productos. Capacitación en nutrición y sobre híbridos

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?

Responsabilidad con la salud y el cliente al vender un producto sano y natural, color, sabor, textura

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Debe estar inscrito ante el NAB, sello de certificación, color y sabor + definido

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. hay gente los busca x salud

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?

Si - A favorca (café). Pindico transnacional (cacao-café).

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Publicidad, capacitación.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Compromiso con la salud del consumidor mientras vive la naturaleza.



## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Por el desequilibrio en la salud y en el ambiente que genera producir con plaguicidas

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

3 años de desintoxicación de los suelos (transición), certificación al día, pago de alquiler y espacio en el campo feria. Deben formar parte de la certificación participativa.

3. Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

Cero plaguicidas, mucha dedicación, multicultivos en el terreno, conocer la ley. Plaguicidas naturales

4. ¿Consumen usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí. x salud

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Plaguicidas contaminan el ambiente, problemas en la familia de piel x uso de plaguicidas

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

30 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Cuidar la naturaleza y la salud propia y del cliente. Satisfacción x eso!

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Frutas, verduras, legumbres

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí. Chilagro, bocuche.

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

En la vainica, cuando se humedece el tallo, en el tomate cuando el tallo se pone negro "carbón".

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, MAG.

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Aprender a sembrar + productos como ajos

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Colores definidos, sabores + ricos. Responsabilidad social

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Por el sello de certificación

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. La gente los consume x salud

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

~~No~~ Sí. Afuorca

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Publicidad en programas de radio y tv.  
capacitación.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Como productores la recomendamos x ser pionera  
en el país. Buenos precios.

## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Por el bienestar de todos y vivir en armonía con la naturaleza.

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Suelos desintoxicados x Baños, certificación al día, pagar alquiler de un espacio, formar parte de la certificación participativa.

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

No usar plaguicidas, conocer la ley, respetar legislación, plaguicidas naturales p' no contaminar tierras, químicos

4. ¿Consumo usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí xq debemos dar el ejemplo.

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Tradición familiar. La familia sufrió la muerte de un familiar x intoxicación con plaguicidas

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

30 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Salud, no hay intoxicaciones, compromiso con la naturaleza

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Frutas, verduras, legumbres

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí. Foliáres orgánicos, bocache, chilagro, lombricompost.

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

En la vainica → taulo húmedo

En el tomate → "carbón"

En la papaya → auispa

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, TIA G - experiencias entre compañeros

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Le gustaría sembrar ayos, papa, cursos sobre nutrición y cambio climático.

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Sabor y color son mejores x mucho más que los convencionales

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Por el sello de certificación, color y sabor.

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. Se venden solos

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

~~No~~ - Sí. Un productor de Piña de Pita

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Empoderar al productor con capacitaciones de liderazgo; uso de tecnología, ser + proactivos.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Feria familiar de larga trayectoria, pionera

## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Porque es más saludable para el consumidor y el ambiente. Plaguicidas contaminan mucho.

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Tierras limpias x tres años para desintoxicar la tierra, pago de alquiler para vender sus productos, ser parte de la certificación participativa

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

Conocer la ley, seguir la regulación de la certificadora, trabajar sin químicos

4. ¿Consume usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí, así evitan enfermedades.

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Para cambiar la tradición de productos convencionales contaminados y crear una nueva

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica? opción más sana

3 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

menos enfermedades, cero intoxicaciones

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Hongos.

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sr. Chilagro, bocache

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

Hongos

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, NAB.

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Capacitación sobre nutrición

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Honestidad al producir, sabor + rico, colores + definidos

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Etiquetas de certificación obligatoria.

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. ha gente que conoce los beneficios

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

Sí. Un productor de Ñaña de Pital, Atacorca, Pindeco.

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Publicidad.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Comprometida con el medio ambiente

## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Por la contaminación de los plaguicidas

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Pagas alquiler en la feria, tierras libres de plaguicidas x tres años, certificación al día.

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

Trabaja sin plaguicidas, conocer la ley y la regulación de la certificadora, tierras libres de químicos

4. ¿Consumen productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí xq mejoran la salud y cuidamos así el medio ambiente

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Tradición familiar

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

35 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Salud, medio ambiente limpio,

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Frutas, verduras, legumbres.

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí. Bacache, foliares orgánicos, chilero

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

fresa → araña roja.

Papaya → avispa

tomate → "carbón"

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, MAG, comparto experiencias entre  
compañeros de la FERIA

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Aprender sobre control biológico.

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Sabor, con textura, color

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Por su sabor, duración y color; además debe  
tener el sello de certificación

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. la gente los compara y los prefiere

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

Si. Pindew, Ptaorca

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la FERIA el Trueque.

Publicidad en radio y tv; uso de tecnología.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la FERIA el Trueque

los productores la recomiendan a sus tierras  
limpias en el largo plazo. cuida la naturaleza  
con su producción sana.



## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Para tener mejor salud

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Tierras libres de químicos x tres años, pago de alquiler, certificación de la forma parte de la certificación participativa.

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

conocer la ley y la regulación de la certificadora  
trabajar sin plaguicidas

4. ¿Consumen usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí xq debemos dar el ejemplo para poder recomendarlo al consumidor

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Por tradición familiar y para eliminar el uso de plaguicidas

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

28 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Salud y satisfacción personal

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Juvas, verduras, legumbres.

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí. bocachic y chilagro

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

Tomate principalmente x tulto negro.

11. Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

INA, IIA6- comparto con compañeros

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?  
Naguajadas a los trabajadores y sus familias y a los consumidores. Hemos formado a orgánico.
12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica en que temas?  
¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?
13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?  
Pagar el costo de adquirir cada sábado en la feria, Sábado por la mañana, tierras libres de plaguicidas a tres años.
14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?  
3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?  
Trabaja sin plaguicidas una vez que se ha desintoxicado de la tierra, conoce rotación y especialización para la regulación de la producción.
4. ¿Para usted garantiza que cumpla con un producto orgánico?  
¿Consume usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.
15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque  
Sí. Mejor para salud. Antes me enfermaba No a través de los consultorios para permitidos que se tienen los beneficios en la salud.
5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?  
Se venían heredando de mi mamá y continué con la tradición.
16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?  
Sí. Asociación de Acosta que exporta a Europa.
6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?  
3 años
17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.  
7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?  
Poder usar tecnología, a manera de go, buscar un lugar con gran diversidad ambiental.
8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?  
nuevos, pollo
18. Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque  
Feria de ambiente familiar, pionera en el país,
9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?  
cons. áreas accesibles  
Sí, Nombucompost, bioactivo, extracto de hierbas  
antihongos, foliares orgánicos, chilagro (a base de  
chile picante, ajo y organo (certificado)
10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

11. Quien le enseño a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA, ПAB, comparten entre compañeros

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Nutrición y mercadeo orgánico.

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Sabor, responsabilidad social

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Yello de certificación indispensable.

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. La gente los compra y los prefiere

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

Sí. Pindco, transnacionales de Pina

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Publicidad en radio y tv; productores empoderados y con liderazgo.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Es una familia que busca llevar salud a la mesa del consumidor.

## Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?  
*Porque los plaguicidas son dañados y contaminan el ambiente*
2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?  
*Trenas libres de químicos (3 años). Certificación al día, Pago de alquiler a un espacio c/sábado a la iglesia parroquiana de la localidad*
3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?  
*Conocer la ley, seguir la regulación de la certificadora trabajar sin plaguicidas.*
4. ¿Consume usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.  
*Sí para la salud prolongada y para dar el ejemplo al consumidor.*
5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?  
*Una tradición familiar*
6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?  
*3 años*
7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?  
*Salud*
8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?  
*Pan y miel*
9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?
10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

11. Quien le enseñó a hacer y a utilizar productos orgánicos?

INA-PA6, experiencias en la comunidad

12. Le gustaría aprender más de agricultura orgánica, en que temas?

Crear nuevos productos

13. ¿En qué se caracterizan los productos orgánicos que usted produce?.

Sabor.

14. ¿Cómo sabemos que un producto es orgánico?

Etiquetas de certificación indispensable para garantizar que es orgánico

15. ¿Tiene problemas para vender sus productos orgánicos? SI—No—Porque

No. La gente los prefiere y conoce sus beneficios

16. ¿Conoce usted productores orgánicos que exporten su producción a otros países?.

Sí. Ajaorca, Pindeco

17. Cuáles son sus recomendaciones de mejora para la Feria el Trueque.

Empoderar a los productores, publicidad en radio y tv.

18.Cuál es su experiencia como productor orgánico de la Feria el Trueque

Feria familiar, brinda buenos ingresos x venderle directamente al ~~productor~~ consumidor. Pionera en CR.

Cuestionario para Productores de la Feria Orgánica El Trueque

General

1. ¿Por qué surge la agricultura orgánica en Costa Rica?

Por falta de contaminación y enfermedades relacionadas

2. ¿Cuáles son los requisitos que le solicitan para participar en la Feria Orgánica el Trueque?

Pago alquiler, certificación al día, formar parte certificación participativa.

3. ¿Cuáles pasos siguió usted para lograr producir orgánicamente?

Conocer ley, no usar plaguicidas, desintoxicar tierra, seguir legislación.

4. ¿Consumen usted productos orgánicos? Justifique su respuesta.

Sí x mi salud

5. ¿Cómo se inició usted en la agricultura orgánica, qué lo motivó a sembrar orgánico?

Tradicional y herencia familiar.

6. Desde cuando empezó a hacer su finca orgánica?

3 años

7. ¿Cuáles son los beneficios de producir agricultura orgánica?

Salud y salud del medio ambiente

8. ¿Cuáles cultivos produce usted de manera orgánica?

Queso, leche y huevos

9. Produce usted sus propios bio plaguicidas y abonos orgánicos?

Sí

10. En que cultivos los usa y para que plagas los utiliza?

Plaguicidas

7, 8, 13

Eliminar A.D.

Encuesta a consumidores

**Encuesta a consumidores de la Feria Orgánica el Trueque**

1. ¿Cuál es su domicilio?

---

---

---

---

2. ¿Puede mencionar los motivos por los cuales ha decidido adquirir productos orgánicos?

---

---

---

3. ¿Desde hace cuánto tiempo visita la feria?

---

---

---

4. ¿Considera que los productos orgánicos son más caros que los tradicionales?

---

---

---

5. ¿Cuáles fueron los motivos por los que decidió visitar la feria?

---

---

---

6. En su criterio ¿cuáles son los beneficios de consumir productos orgánicos?

---

---

---

7. ¿Cuál es la frecuencia en la que visita la feria?

---

---

---

8. ¿Cuáles son los productos que adquiere en la feria?

---

---

---

9. ¿Cuál es el porcentaje que comprende en su canasta básica los productos orgánicos?

---

---

---



10. ¿Cambiaría su hábito de consumo de productos orgánicos por los convencionales? Justifique su respuesta

---

---

---

11. ¿Considera en su criterio que la feria posee los mecanismos publicitarios que promocionan correctamente el consumo de productos orgánicos?

---

---

---

12. ¿Cuál es su opinión al respecto de la promoción en general que se realiza en nuestro país sobre la producción y comercialización de productos orgánicos?

---

---

---

13. ¿Cuál es su percepción de la feria?

---

---

---

14. ¿Puede mencionar alguna o varias recomendaciones hacia la feria?

---

---

---