

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica

Consumer perception of agricultural products in Nandayure, Guanacaste, Costa Rica

Percepção do consumidor em relação aos produtos agrícolas Nandayure, Guanacaste, Costa Rica

Ronald Sánchez Brenes

Universidad Nacional, Costa Rica
ronald.sanchez.brenes@una.cr
<http://orcid.org/0000-0002-6979-1336>

Esteban Arboleda Julio

Universidad Nacional, Costa Rica
esteban.arboleda.julio@una.cr
<http://orcid.org/0000-0002-8152-3780>

Raymond Pérez Meza

Universidad Nacional, Costa Rica
raymond.perez.meza@una.ac.cr
<http://orcid.org/0000-0003-4932-7840>

Nazareth Juárez Leandro

Universidad Nacional, Costa Rica
nazareth.juarez.leandro@est.una.ac.cr
<https://orcid.org/0000-0001-8188-2233>

Krystel Calvo Jiménez

Universidad Nacional, Costa Rica
krystel.calvo.jimenez@est.una.ac.cr
<https://orcid.org/0009-0002-5600-533X>

Sergio Piedra Navarro

Universidad Nacional, Costa Rica
sergio.piedra.navarro@est.una.ac.cr
<https://orcid.org/0009-0002-5961-9994>

DOI: <http://doi.org/10.15359/prne.22-44.10>

Fecha de recepción: 19/10/2023 🕒 Fecha de aceptación: 18/09/2024 🕒 Fecha de publicación: 17/11/2024

RESUMEN

Uno de los aspectos que contribuye a orientar la seguridad alimentaria y nutricional es conocer la percepción de las personas consumidoras hacia productos agropecuarios. Esta investigación tiene como objetivo determinar la percepción de consumo para la mejora en la dinámica de las cadenas cortas

ABSTRACT

One factor contributing to food and nutritional security is knowing consumers' perceptions of agricultural products. This research aims to determine consumer perception to enhance the dynamics of short agricultural chains in Nandayure, Costa Rica. A survey was conducted among 300



agropecuarias en Nandayure, Costa Rica. Se aplicó una encuesta a 300 consumidores de productos agropecuarios en el período 2021-2022. El instrumento se dividió en tres secciones: aspectos demográficos y socioeconómicos, comportamiento de compra y productos agropecuarios de consumo. Los resultados reflejaron que entre quienes compran productos agropecuarios, las mujeres participan más que los hombres, en edades entre los 21 y los 40 años e invierten menos de ₡20.000 a la semana. Las compras se hacen en verdulerías y supermercados una vez por semana, las características más importantes que deben tener los productos son frescura, calidad y precio. Los lugares donde se adquieren los productos deben tener orden, limpieza, información y diferentes formas de pago. El consumo principal identificado fue 38 % frutas, 23 % hortalizas, 18 % plantas medicinales y aromáticas. Al entender la dinámica de comercialización local, esta se vincula con el análisis o interpretación de las cadenas cortas, las tendencias del consumidor que condicionan la disponibilidad y adquisición de los productos agropecuarios, lo cual puede generar oportunidades de desarrollar nichos de mercado orientados a productos de alta calidad con un valor agregado y alianzas estratégicas con instancias públicas y privadas.

Palabras clave: Desarrollo rural; economía rural; mercado agrícola; comercio interno; consumidor.

consumers of agricultural products for the 2021-2022 period. The instrument was divided into three sections: demographic and socioeconomic aspects, purchasing behavior, and agricultural consumer products. Results show that among respondents, women purchase more than men, are between the ages of 21 and 40, and invest less than ₡20,000 a week. Shopping is done once a week at produce markets and supermarkets that must be organized and clean and offer information and different payment methods. The most important characteristics consumers prioritize in products are freshness, quality, and price. The main types of products consumed were fruits 38%, vegetables 23%, and medicinal and aromatic plants 18%. Understanding local marketing dynamics allows for the analysis or interpretation of short-chain models and consumer trends influencing the availability and acquisition of agricultural products. This could generate opportunities to develop market niches focused on high-quality products with added value and strategic alliances with public and private entities.

Keywords: rural development; rural economy; agricultural market; internal trade; consumer.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystal Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



RESUMO

Um dos aspectos que ajudam a orientar a segurança alimentar e nutricional é conhecer as percepções dos consumidores sobre os produtos agrícolas. Esta pesquisa tem como objetivo determinar as percepções dos consumidores a fim de melhorar a dinâmica das cadeias agrícolas curtas em Nandayure, a Costa Rica. Foi aplicada uma pesquisa a 300 consumidores de produtos agrícolas para os anos de 2021-2022. O instrumento foi dividido em três seções: aspectos demográficos e socioeconômicos, comportamento de compra e consumo de produtos agrícolas. Os resultados refletiram que, entre os entrevistados que compram produtos agrícolas, as mulheres participam mais que os homens, têm entre 21 e 40 anos e gastam menos de €20.000 por semana. As compras são feitas em mercearias e supermercados uma vez por

semana. As características mais importantes que os produtos devem ter são frescor, qualidade e preço. Os locais onde os produtos são comprados devem ser arrumados, limpos, informativos e ter diferentes métodos de pagamento. O principal consumo identificado foi de 38% de frutas, 23% de vegetais e 18% de plantas medicinais e aromáticas. A compreensão da dinâmica de marketing local está ligada à análise ou interpretação de cadeias curtas, tendências de consumo que condicionam a disponibilidade e a compra de produtos agrícolas. Isso pode gerar oportunidades para desenvolver nichos de mercado orientados para produtos de alta qualidade com valor agregado e alianças estratégicas com órgãos públicos e privados.

Palavras chave: desenvolvimento rural; economia rural; mercado agrícola; comércio interno; consumidor.

INTRODUCCIÓN

La **Organización Mundial para la Alimentación (FAO) (2011)**, en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación, proclamó que la seguridad alimentaria se refiere a que las personas, en todo momento, tengan acceso físico y económico a suficientes alimentos seguros y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y preferencias culturales para llevar una vida activa y saludable. Además, la FAO planteó cuatro dimensiones primordiales de la seguridad alimentaria: la disponibilidad física de los alimentos, el acceso económico y físico a los alimentos, la utilización de los alimentos y la estabilidad en el tiempo de las tres dimensiones anteriores.

Asimismo, la **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2016)** refuerza el pronunciamiento de la FAO e indica que se entiende por seguridad alimentaria y nutricional (SAN) un tema central por sus implicaciones en el bienestar y la dignidad de las personas, así como en la productividad del esfuerzo laboral. La CEPAL, en conjunto con la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) (2016), en el *Plan*

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



para la seguridad alimentaria, nutrición y erradicación del hambre 2025, tiene una visión amplia de la seguridad alimentaria como objeto de las políticas sociales, económicas, agrícolas y de integración regional. Así, los sistemas alimentarios deben garantizar la seguridad alimentaria y aumentar el bienestar social, pues la producción agrícola crea empleo y genera riqueza, y el acceso a los alimentos en condiciones estables de disponibilidad y precios contribuye a la estabilidad social y a la formación de capital humano.

Alexandratos y Bruinsma (2012) realizaron proyecciones para el año 2030 y mencionan que los países en desarrollo deben satisfacer las necesidades alimentarias y nutricionales en un 7,9 %. Para ello se deben crear estrategias que contribuyan a la SAN, y como parte de estas la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015) creó los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS). Específicamente el ODS #2, denominado Hambre Cero, indica que en la actualidad se producen suficientes productos para alimentar a toda la población. Sin embargo, no se distribuyen de manera equitativa, lo cual causa que hasta 828 millones de personas sigan padeciendo subalimentación crónica y malnutrición (Alexandratos y Bruinsma, 2012).

De acuerdo con Khoury *et al.* (2016), Centroamérica es un centro de diversidad agrícola por su cercanía al trópico, con una amplia variedad de productos como: aguacate (*Persea americana*), frijoles (*Phaseolus vulgaris*), yuca (*Manihot esculenta*), chile (*Capsicum annuum*), cacao (*Theobroma cacao*), algodón (*Gossypium hirsutum*), maíz (*Zea mays*), papaya (*Carica papaya*), ayote (*Cucurbita moschata*), camote (*Ipomoea batata*) y vainilla (*Vanilla planifolia*). Esto se considera estratégico para colaborar con la SAN.

Costa Rica, ubicada en el trópico, presenta condiciones para la diversidad agrícola mencionada por Khoury *et al.* (2016). Diferentes estudios en este país han resaltado la variedad de productos agropecuarios y sus comportamientos en los procesos de comercialización, de los cuales muchos se dirigen a las ferias del agricultor (FA), las cuales se rigen por la ley N° 8533 Regulación de Ferias del Agricultor (2006).

García (2008) llevó a cabo un análisis del comportamiento de los precios en Costa Rica entre 1999 y el 2003 de cinco productos hortícolas, a saber: coliflor (*Brassica oleracea var botrytis*), lechuga americana (*Lactuca sativa*), papa (*Solanum tuberosum*), pepino (*Cucurbita pepo*) y plátano verde (*Musa paradisiaca*); en cual indica que el comportamiento de la oferta y demanda, así como la calidad de los productos son factores decisivos para las variaciones

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



de los precios, pues influye directamente en la compra y, por ende, en la SAN del consumidor. Por su parte, *Zúñiga et al. (2014)* investigaron sobre la promoción de la SAN en las FA, y obtuvieron que los actores deben desarrollar estrategias de promoción de su mercado y, de este modo, contribuir con su posicionamiento y valor dentro de la cadena agroalimentaria.

El *Instituto de Estudios Latinoamericanos (2016)* realizó una observación y análisis de las ferias del agricultor en Cartago y Desamparados; en este estudio encontraron que el espacio es exclusivo para consumidores, pequeños y medianos productores agropecuarios, donde los primeros pueden obtener productos frescos de buena calidad y a precios muy bajos y los segundos pueden incrementar sus ingresos al vender directamente. *Jensen y Zúñiga (2016)* mencionaron que las FA representan una alternativa de mercado para la disponibilidad y acceso a los alimentos. A la vez, forman una cadena corta de comercialización que incorpora principios como SAN. Por su parte, *García-Barquero (2016)*, en el análisis del comportamiento de mercado en las FA de la Gran Área Metropolitana, explica que en la comercialización de productos agropecuarios es clave conocer la participación de oferentes, clientela habitual por oferente y clientela habitual por producto.

Ahora bien, *Zúñiga-Escobar y Niederle (2017)* expresan que las FA tienen calidad alternativa, pues se considera la importancia de las relaciones entre el sector productor y el consumidor, así como su contribución al mejoramiento de la SAN de la población. *Sánchez y Arboleda (2018)* indicaron que para las personas usuarias de la FA San Ramón una buena comercialización de productos agropecuarios debe haber disponibilidad y diversidad. *Sánchez y Arboleda (2019)*, además, indican que la FA de San Ramón ofrece 165 productos agropecuarios, de los cuales los principales corresponden a frutas (35 %), hortalizas o verduras (21 %) y plantas medicinales (21 %). De igual forma, *Arboleda y Mora (2018)* mencionaron que, en la FA de Tibás, Santo Domingo, San Isidro y Barva, el consumidor muestra como preferencia la compra de legumbres, verduras y frutas, además de que estos productos sean inocuos.

De acuerdo con la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA) (2018), una de las zonas más productivas de productos agropecuarios de Costa Rica es la Región Chorotega, conformada por 11 cantones, entre ellos Nandayure. En este lugar hay una gran variedad de productos, tales como naranja (*Citrus sinensis*), sandía (*Citrullus lanatus*), melón (*Cucumis melo*), aguacate (*Persea americana*) y café (*Coffea arabiga*), los

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



cuales son los cultivos con mayor área de producción (D. Arauz, comunicación personal, 11 de febrero de 2022). No obstante, se carece de estudios que indique la percepción del consumidor hacia este tipo de productos.

Para ello, se debe conocer la dinámica de los productos agropecuarios para contribuir en la comercialización local. Esto podría estar relacionado con los medios de vida de las personas, que por definición se refiere a las diversas fuentes de ingresos y recursos que las personas utilizan para mantener sus vidas y satisfacer sus necesidades básicas, entre ellas la alimentación. Además, pueden variar según la región geográfica, la cultura, la economía local y las circunstancias individuales (FAO, 2023). De igual manera, se debe conocer el comportamiento de las cadenas cortas que lo acompañan, referidas a sistemas de producción y distribución de alimentos que implican una menor cantidad de intermediarios entre el productor y el consumidor final (FAO, 2016).

En conjunto con los medios de vida de las personas y el comportamiento de las cadenas cortas, la dinámica de los productos debe estar relacionada con las cadenas de valor. Para Francés (2001), las cadenas de valor proporcionan un modelo de aplicación general que permite representar, de manera sistemática, una serie de etapas donde se crea y entrega un producto desde su concepción hasta su consumo final, además del valor agregado que se le da conforme avanzan en la cadena. Esto se complementa con los atributos del producto, definido como aquellas características que lo conforman, aportan alguna utilidad al consumidor y se perciben por él como tal; es decir, la capacidad de satisfacer alguna de las necesidades y decisiones de compra que tiene el consumidor (Godas, 2006). Asimismo, el consumidor busca maximizar su utilidad, es decir, obtener la máxima satisfacción o beneficio posible con los recursos limitados de los que disponen; este concepto está basado en la teoría del consumidor.

Si se conocen los medios de vida, cadenas cortas, cadenas de valor, atributos del producto y el comportamiento del consumidor, se tendrá una descripción actualizada sobre el consumidor. Esto permitiría direccionar, planificar y desarrollar estrategias de comunicación alimentario-nutricional a nivel general (Guevara-Villalobos *et al.*, 2019). Por lo que la presente investigación tiene como objetivo determinar la percepción de consumo para la mejora en la dinámica de las cadenas cortas agropecuarias en Nandayure, Costa Rica.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo
Jiménez, Sergio Piedra Navarro



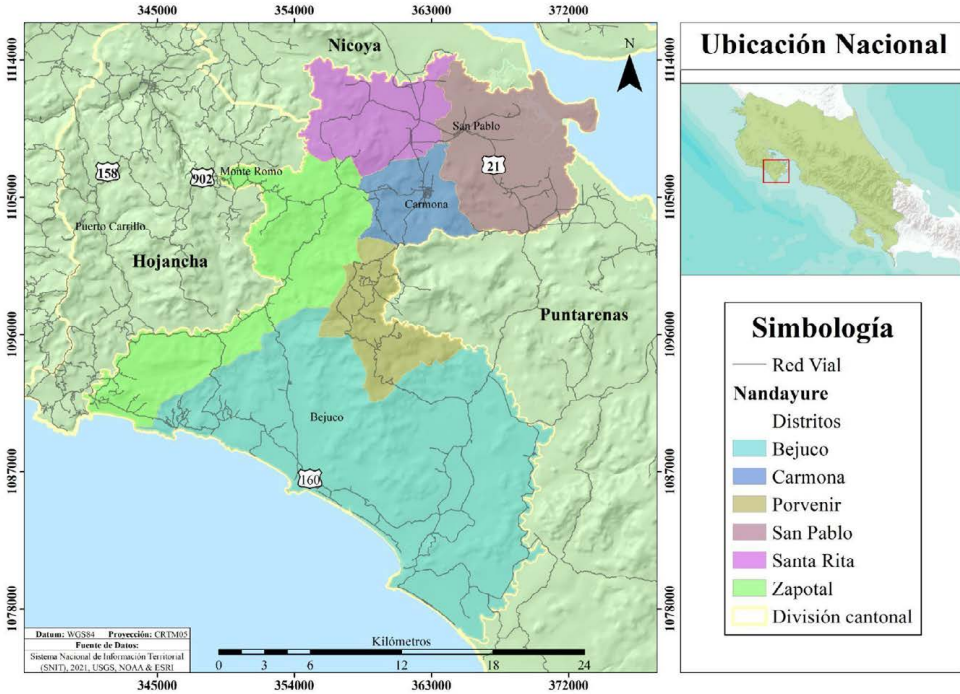
METODOLOGÍA

Descripción del área de estudio

La presente investigación se desarrolló en la Región Chorotega de Costa Rica, ubicada en la provincia de Guanacaste. Específicamente se trabajó en el cantón de Nandayure, el cual está conformado por seis distritos: Carmona, Santa Rita, Zapotal, Bejuco, San Pablo y El Porvenir (Figura 1).

Figura 1

Mapa de ubicación de los distritos de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

La presente investigación tiene un enfoque mixto y se requirió de un análisis descriptivo en la recolección, tabulación y sistematización de los datos.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Procedimiento metodológico

1. Se elaboró una encuesta digital mediante la herramienta *Google forms*, la cual fue aplicada a las personas consumidoras de los seis distritos del cantón de Nandayure, con el fin de conocer su opinión acerca del estado actual del consumo de productos agropecuarios. La encuesta se implementó en el período 2021-2022.
2. A partir de los datos obtenidos en campo se procedió con la sistematización de la información, mediante cuadros y gráficos.

Recolección de datos, tipo, tamaño de la muestra y selección

Se hizo un muestreo a conveniencia y aleatorio, los criterios de selección de la muestra fue aplicarla a personas mayores de 18 años que viven en Nandayure; de acuerdo con los datos del **INEC (2011)** son 8,761 personas. A partir de este criterio se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

En donde:

N: total de la población, **Z_a**: 1,96 (con nivel de confianza de 95 %), **p**: proporción esperada (5%), **q**: 1-p (95%), **d**: precisión (5%). Para un total de 300 personas encuestadas.

Una vez estimada la cantidad de personas, se procedió a aplicar la encuesta. Esto se hizo de dos maneras: la primera de ellas se aplicó personalmente con teléfonos inteligentes, en los parques centrales de cada distrito. Para complementar las encuestas y como segunda forma, se envió el enlace por medio de redes sociales (WhatsApp) y correo electrónico a consumidores de Nandayure, mediante la colaboración de las personas encuestadas en sitio.

Diseño de la encuesta y uso de datos

El diseño de la herramienta a utilizar (encuesta) consta de los siguientes apartados:

- Sección A. Aspectos demográficos y socioeconómicos de la población consumidora de Nandayure: sexo, edad, lugar de residencia,

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystal Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



nacionalidad, escolaridad, cuánto invierten en las compras y cuántas personas se alimentan con lo que compra.

- Sección B. Comportamiento de compra del consumidor en Nandayure: Frecuencia de compra de productos agropecuarios, día y horario en el que hacen las compras y características que influyen en la decisión de compra.
- Sección C. Productos agropecuarios de consumo: frutas, hortalizas o verduras, legumbres, raíces feculentas y alimentos con alto contenido de carbohidratos, plantas aromáticas y medicinales, productos pecuarios y otros. En esta sección se categorizaron los productos en diferentes niveles de consumo de acuerdo con el número de personas que utilizan los productos.

Análisis y sistematización de la información

El proceso de análisis y sistematización de la información se hizo mediante la estadística descriptiva, con el programa Excel, donde se elaboraron histogramas. Se digitalizaron los datos de aspectos demográficos y socioeconómicos de las personas consumidoras de Nandayure, aspectos del consumidor de Nandayure y productos agropecuarios de consumo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

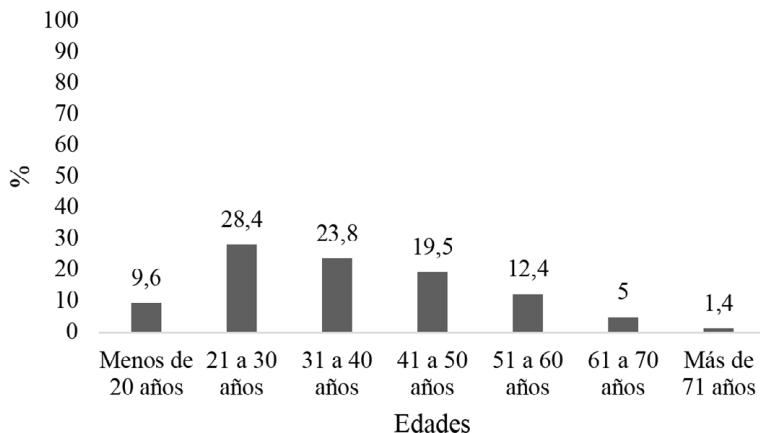
Aspectos demográficos y socioeconómicos de la población consumidora de Nandayure

De la muestra estudiada en Nandayure, el 98,7 % es costarricense y el 1,3 % nicaragüense. Además, el 64,5 % corresponde a mujeres y el 35,5 % a hombres. La edad de la mayoría de las personas entrevistadas osciló entre 21 y 30 años (28,4 %), seguido de las personas entre 31 y 40 años (23,8 %) (Figura 2).

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Figura 2
Edades de personas encuestadas en Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

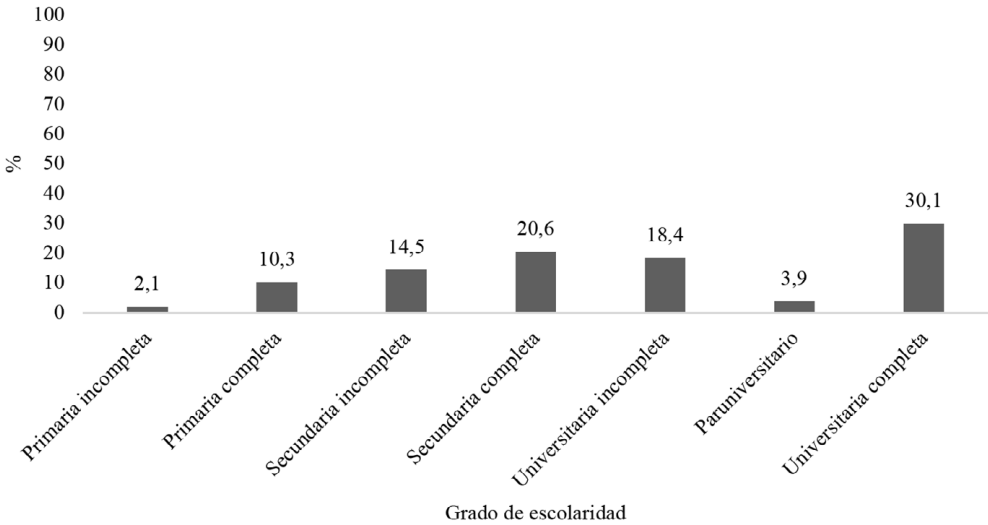
Las compras de productos agropecuarios en Nandayure la realizan, en su mayoría, mujeres (64,5 %). Esto coincide con lo investigado por Arboleda y Mora (2018) y Sánchez y Arboleda (2018) en estudios realizados a la población consumidora de Barva (60 %), Tibás (54 %) y San Ramón (70 %). Las personas que realizan las compras en Nandayure tienen entre 20 y 50 años (71,7 %), similar al dato de San Ramón, pero difiere de otros lugares estudiados como Barva, Santo Domingo, San Isidro de Heredia, Tibás, en donde las personas con más de 41 años son mayoría (76 %) (Sánchez y Arboleda, 2018; Arboleda y Mora, 2018).

La condición de escolaridad de las personas encuestadas reflejó que el 30,1 % tiene universitaria completa, 20,6 % secundaria completa y 18,4 % universidad incompleta (Figura 3). De acuerdo con Pengpid y Peltzer (2018), entre mayor sea el grado de escolaridad es posible que se tenga mayor adquisición de productos.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Figura 3
Grado de escolaridad de las personas encuestadas en Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Además, el nivel de ingreso es importante, según el índice per cápita del hogar en Nandayure es de 260.000 colones al mes (ONU, 2022). En este cantón las personas invierten en compra de productos agropecuarios menos de ₡10.000 (25,5 %), más de ₡10.000 y menos de ₡20.000 (30,5 %), más de ₡20.000 y menos de ₡30.000 (19,5 %), más de ₡30.000 y menos de ₡40.000 (8,2 %), más de ₡40.000 y menos de ₡50.000 (7,1 %), más de ₡50.000 (9,2 %) (Figura 4). En Barva, Santo Domingo, San Isidro de Heredia y Tibás, el 58 % de las personas gastan semanalmente más de ₡15.000 (Arboleda y Mora, 2018), en tanto que en San Ramón el 42 % (Sánchez y Arboleda, 2018).

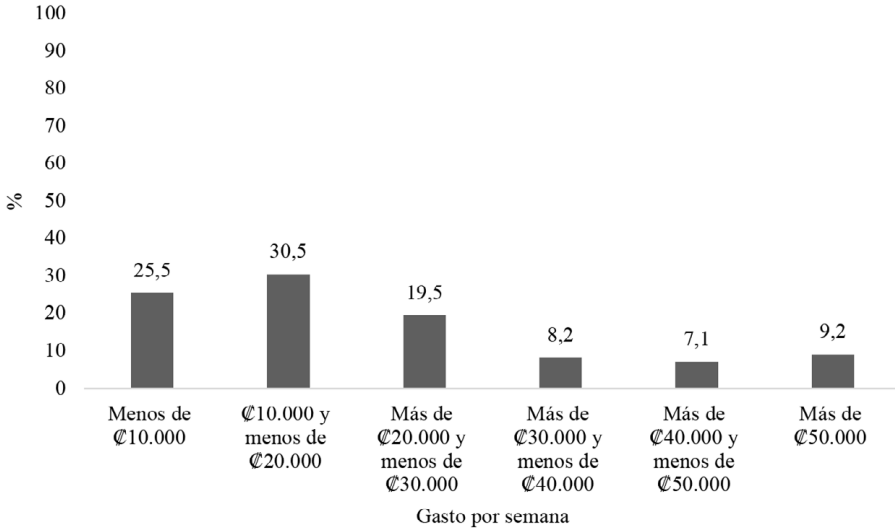
Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

Figura 4

Gasto por semana de las personas encuestadas en Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Aspectos sobre el consumidor

De las personas encuestadas, el 12,4 % tiene una frecuencia de compra la realizan diaria, el 46,1 % semanalmente, el 19,9 % quincenal, el 7,1 % mensual y el 14,5 % no tiene un momento de compra definido. Por su parte, la mayoría de las personas consumidoras hace sus compras en cualquier día a la semana (51,1 %), el 28,7 % entre semana y 20,3 % los fines de semana. A su vez, el 32,6 % las realizan en un horario matutino, el 36,5 en el vespertino, el 2,8 % nocturno y el 28 % no tienen horario definido. Este comportamiento puede deberse a la dinámica endógena del cantón al no contar con un espacio formal de comercialización de productos agropecuarios, a diferencia de la mayoría de los cantones de Costa Rica.

En Nandayure, las características que más influyen en la compra de un producto agropecuario son la frescura del producto (82,3%) y el precio (69,1%), tendencia que también se da en Barva, Santo Domingo, San Isidro de Heredia, Tibás y San Ramón (Arboleda y Mora, 2018; Sánchez y Arboleda, 2018). Según Miller *et al.* (2017), conforme aumenta el precio, disminuye el

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro

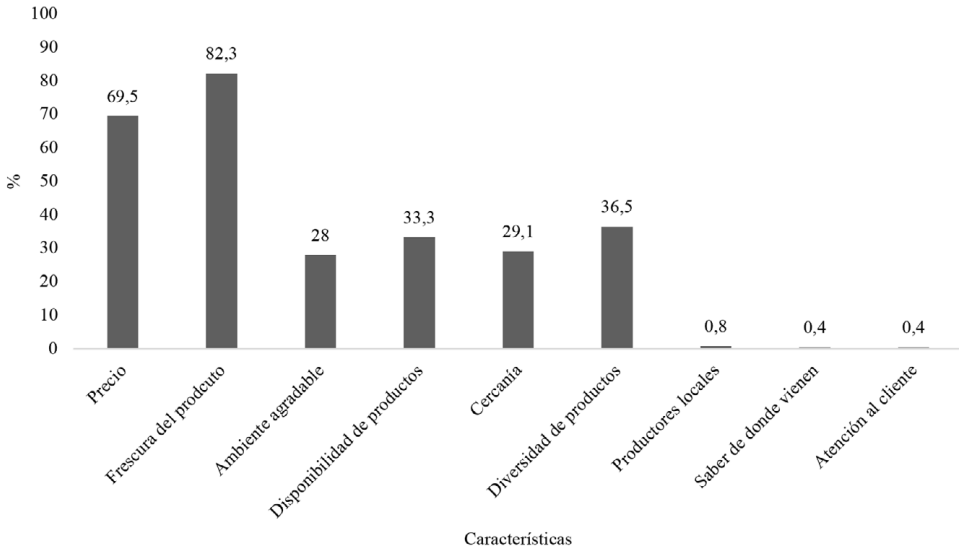


Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

consumo de productos agrícolas. De acuerdo con el PIMA (2016), otros aspectos de importancia a tomar en cuenta por los consumidores para la compra de productos agropecuarios son la diversidad y disponibilidad de productos y cercanía, lo cual también se da en este cantón (Figura 5).

Figura 5
Características que influyen en la decisión de compra de las personas consumidoras de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

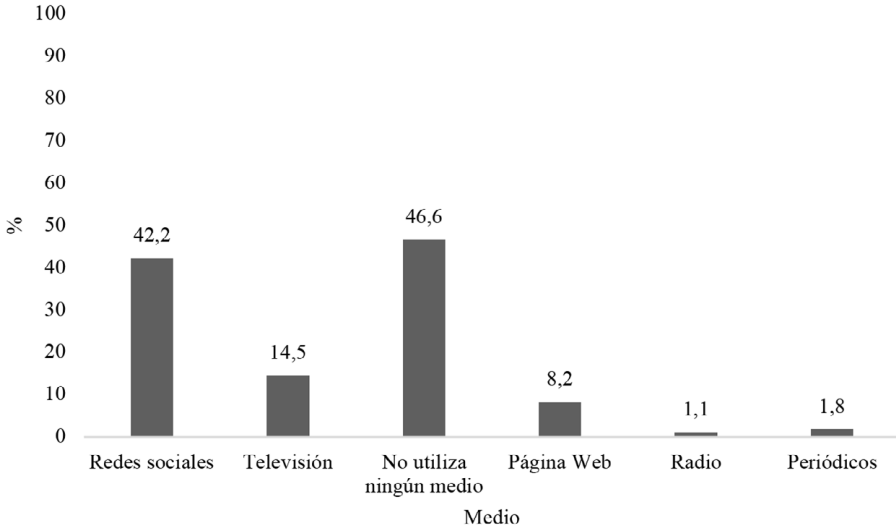
El 42,2 % de las personas encuestadas hacen uso de redes sociales como medio de información sobre productos agropecuarios, lo cual desplaza a la televisión (14,5 %) y a la radio (1,1 %) (Figura 6). El 46,6 % de las personas mantienen la dinámica de no utilizar ningún medio para saber sobre este tema, así como en estudios realizados en Barva, Santo Domingo, San Isidro de Heredia, Tibás y San Ramón (Arboleda y Mora, 2018; Sánchez y Arboleda, 2018).

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Figura 6

Medios que utilizan las personas consumidoras de Nandayure para informarse sobre productos agropecuarios



Nota. Elaboración propia, 2024.

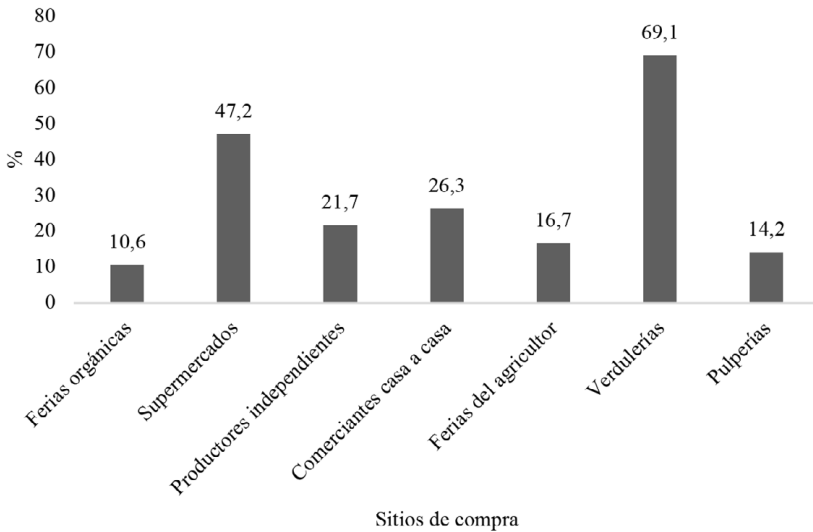
La mayoría de las personas en Nandayure adquieren los productos en verdulerías (69,1 %), supermercados (47,2 %) y comerciantes casa a casa (26,3 %) (Figura 7), lo cual difiere de Barva, Santo Domingo, San Isidro de Heredia, Tibás y San Ramón, en donde la gente prefiere las ferias del agricultor como un espacio para la adquisición de los productos (Arboleda y Mora, 2018; Sánchez y Arboleda, 2018).

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

Figura 7
Sitios donde compran productos agropecuarios las personas consumidoras de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

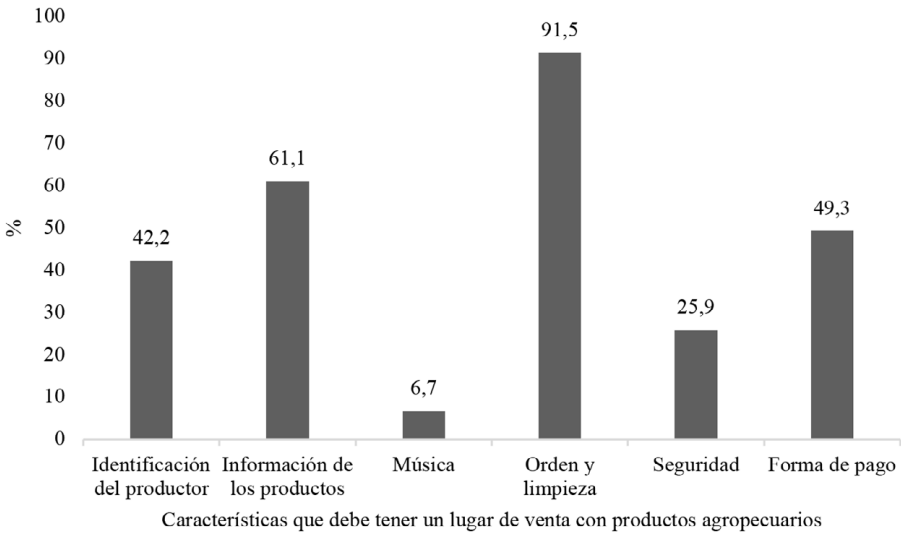
El 81,6 % de las personas consumidoras consideran que en Nandayure consiguen los productos agropecuarios que necesitan. Sin embargo, para el 18,4 % hace falta más variedad de frutas y verduras frescas. Los lugares donde venden productos agropecuarios deberían de tener orden y limpieza (91,5%), información de los productos (61,1%) y diferentes formas de pago (49,3%) (Figura 8). Este comportamiento también se refleja en Barva, Santo Domingo, San Isidro de Heredia, Tibás y San Ramón (Arboleda y Mora, 2018; Sánchez y Arboleda, 2018).

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Figura 8

Características que deberían tener los lugares que venden productos agropecuarios según la población consumidora de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Productos agrícolas consumidos

En la investigación, se identificó que las personas de Nandayure tienen preferencia por 159 productos agropecuario. De estos, el 38 % corresponde a frutas, el 23 % a hortalizas, el 6 % a raíces feculentas y alimentos con alto contenido de carbohidratos, el 6 % a legumbres, el 18 % a plantas medicinales y aromáticas, y el 2 % a otros productos agrícolas. Por otra parte, los productos pecuarios tuvieron un 7 % de preferencia.

Según el Informe de Estado de la Nación 2021, Nandayure se ubica en zona rural y el 40 % de este cantón se dedica a actividades agropecuarias. Gómez-Salas *et al.* (2020) mencionan que en las zonas rurales se desconocen el consumo de frutas y verduras, esto d porque la mayoría de la población reside en lugares donde se producen artículos agropecuarios de autoconsumo. Enseguida se presentan el consumo de productos agropecuarios para el cantón de Nandayure.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro

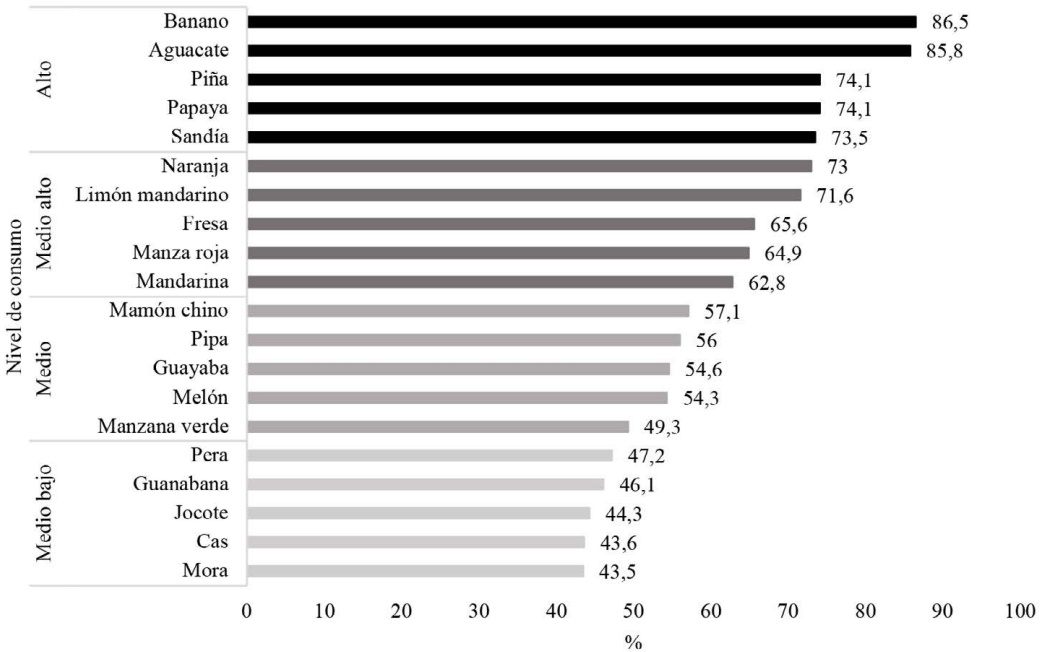


Consumo de frutas

Las personas consumidoras de Nandayure tienen como preferencia, en mayor nivel, el consumo banano (*Musa paradisiaca* AAA) (86,5 %), seguido del aguacate (*Persea americana*) (85,8 %), la papaya (*Carica papaya*) y la piña (*Ananas comosus*) (74,1 %); así como la sandía (*Citrullus lanatus*) (77,1 %). En tanto que las frutas menos consumidas son las peras (*Pyrus communis*) (47,2 %), la guanábana (*Annona muricata*) (46,1 %), el jocote (*Spondias purpurea*) (44,3 %), el cas (*Psidium friedrichsthaliu*m) (43,6 %) y la mora (*Rubus adenotrichus*) (43,5 %) (Figura 9).

Figura 9

Frutas consumidas por la población de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Según la Organización Mundial para la Alimentación (2020), en todo el mundo se consume mucho menos frutas que el mínimo de 400 g recomendado por la OMS. De acuerdo con Madrigal y Caravaca (2018), en Costa Rica el consumo de gramos per cápita/día de frutas es de 130 g/d. Según Albino

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro

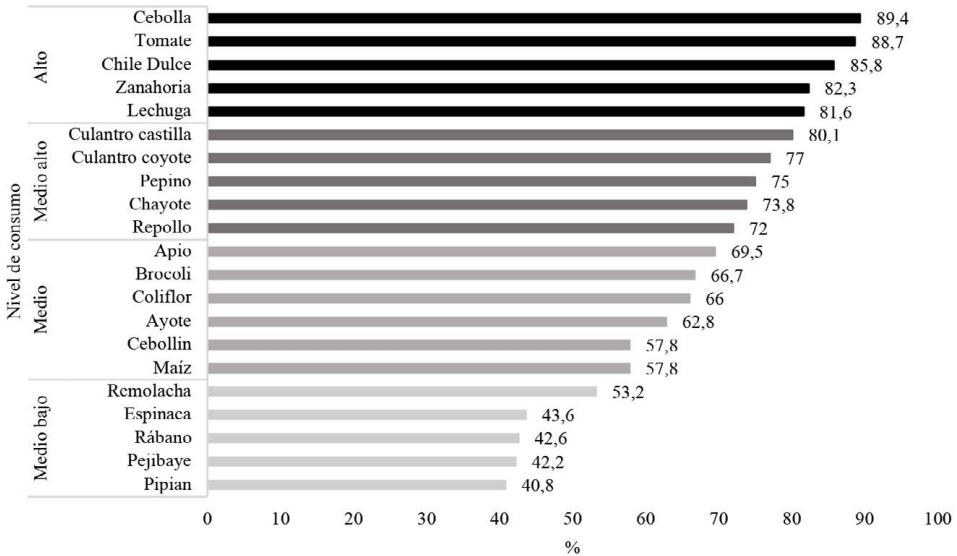


(2016), las principales frutas tropicales en el mercado mundial son banano, piña, papaya, mango y aguacate. *Gómez-Salas et al. (2020)* indican que en la población urbana costarricense las frutas más consumidas son el banano, la piña y la papaya, lo cual coincide con lo visto en Nandayure. Mientras que *Sánchez y Arboleda (2019)* mencionaron papaya, aguacate y naranja, está última es de los cultivos con mayor producción en Nandayure.

Consumo de hortalizas

En Nandayure, las hortalizas más consumidas son cebolla (*Allium cepa*) (89,4 %), tomate, (*Solanum lycopersicum*) (88,7 %), chile dulce (*Capsicum annum*) (85,8 %), zanahoria (*Daucus carota*) (82,3 %) y lechuga (*Lactuca sativa*) (81,6 %). Por el contrario, las menos consumidas son remolacha (*Beta vulgaris*) (53,2 %), espinaca (*Spinacia oleracea*) (43,6 %), rábano (*Raphanus sativus*) (42,6 %), pejibaye (*Bactris gasipaes*) (42,2 %) y pipián (*Cucurbita argyrosperma*) (40,8 %) (Figura 10).

Figura 10
Hortalizas consumidas por la población de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



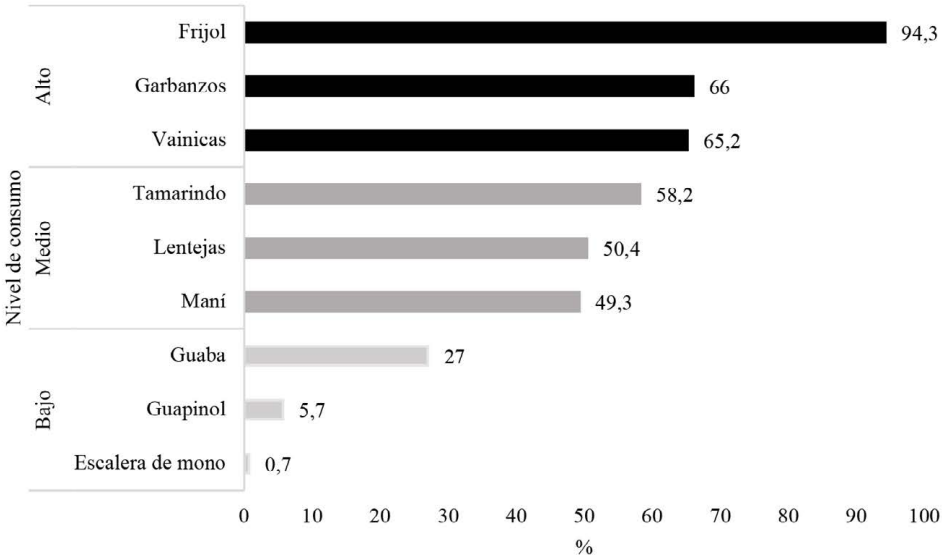
Madrigal y Caravaca (2018) indican que el consumo de hortalizas en Costa Rica es de 147,8 g/d. De acuerdo con el PIMA (2016), las hortalizas más consumidas en el país son tomate (12,9 %), papa (12,4 %), repollo (8,1 %), zanahoria (8 %), lechuga (7,8 %) y chayote (5,9 %), similar a lo que sucede en Nandayure.

Legumbres

Las legumbres más consumidas en Nandayure son frijol (*Phaseolus vulgaris*) (94,3 %), seguido de garbanzos (*Cicer arietinum*) (66 %) y vainicas (*Phaseolus vulgaris*) (65,2 %). Entre las menos consumidas están guaba (*Inga densiflora*) (27 %), guapinol (*Hymenea courbaril*) (5,7 %) y escalera de mono (*Bauhinia guianensis*) (0,7 %) (Figura 11).

Figura 11

Legumbres consumidas por la población de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Guevara-Villalobos *et al.* (2019) indicaron que las leguminosas son de los grupos de alimentos más consumidos en el país. Según Madrigal y Caravaca (2018), el consumo per cápita de legumbres es de 31,6g/d y las más consumidas son el frijol y la vainica, lo cual se evidencia en Nandayure.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro

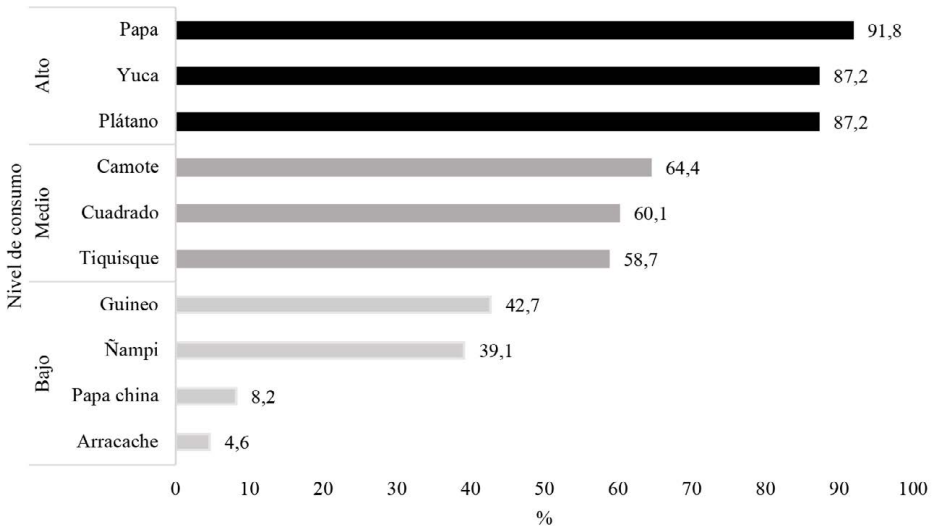


Raíces feculentas y otros alimentos con alto contenido de carbohidratos

La papa (*Solanum tuberosum*) (91,2 %) es el producto más demandado en Nandayure, seguido del plátano (*Musa paradisiaca* AAB) (87,2 %) y la yuca (*Manihot esculenta*) (87,2 %). A diferencia del guineo ABB (*Musa paradisiaca*) (42,7 %), el ñampi (*Colocasia esculenta*) (39,1 %), la papa china (*Dioscorea trifida*) (8,2 %) y el arracache (*Arrocaccia xanthorrhiza*) (4,6 %), que son los productos agrícolas menos consumidos (Figura 12).

Figura 12

Raíces feculentas y alimentos con alto contenido de carbohidratos consumidos por la población de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Según el PIMA (2016), la papa es el alimento con alto contenido de carbohidratos más consumido en Costa Rica. Además de la papa para el cantón de San Ramón, el plátano y la yuca son de los productos más demandados (Sánchez y Arboleda, 2019), lo cual coincide con la dinámica en Nandayure.

Plantas medicinales y aromáticas

En Nandayure, las plantas medicinales y aromáticas más utilizadas son manzanilla (*Matricaria courrantiana*) (74,8 %), ajo (*Allium sativum*) (70,9 %),

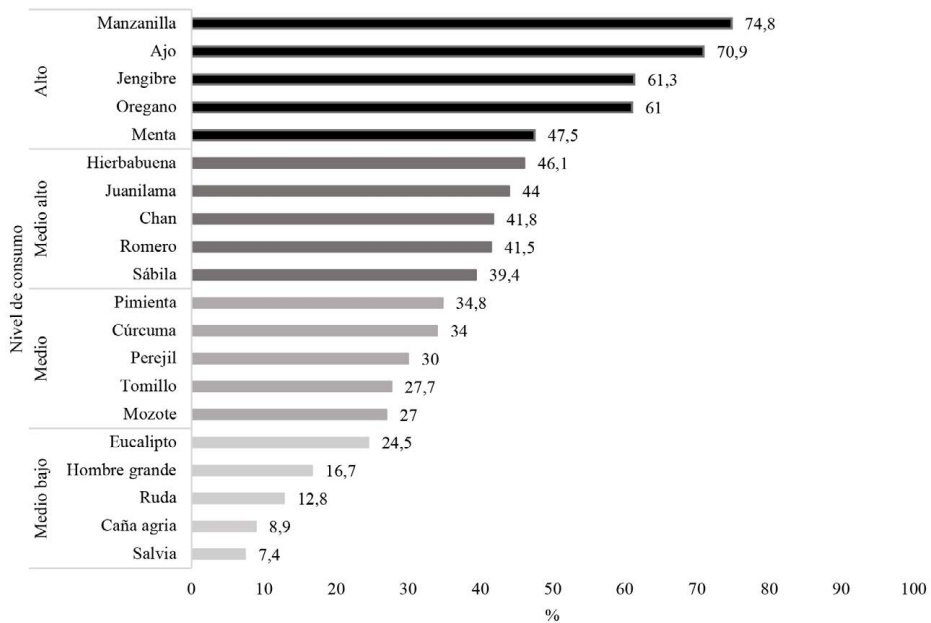
Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



jengibre (*Zingiber officinale*) (61,3 %), orégano (*Lippia graveolens*) (61 %) y menta (*Mentha piperita*) (47,5 %). En tanto que los productos de menor consumo fueron eucalipto (*Eucalyptus cinerea*) (24,5 %), hombre grande (*Quassia amara*) (16,7 %), ruda (*Ruta graveolens*) (12,8 %), caña agria (*Costus scaber*) (8,9 %) y salvia (*Salvia officinalis*) (7,4 %) (Figura 13). Al respecto, Hall *et al.* (2002) mencionan que el uso de plantas medicinales ha ido en aumento para diferentes usos, incluso en el arte culinario (Muñoz, 2002).

Figura 13

Hierbas aromáticas y medicinales consumidas por la población de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Otros productos agrícolas

Para el rubro de otros productos agrícolas que se consumen en Nandayure, se identificaron dos: el café (*Coffea arabica*), el cual tiene mayor consumo (89 %) y la caña de azúcar (37,2 %). Guevara-Villalobos *et al.* (2019) indican que el café es el alimento más utilizado en los desayunos y meriendas

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



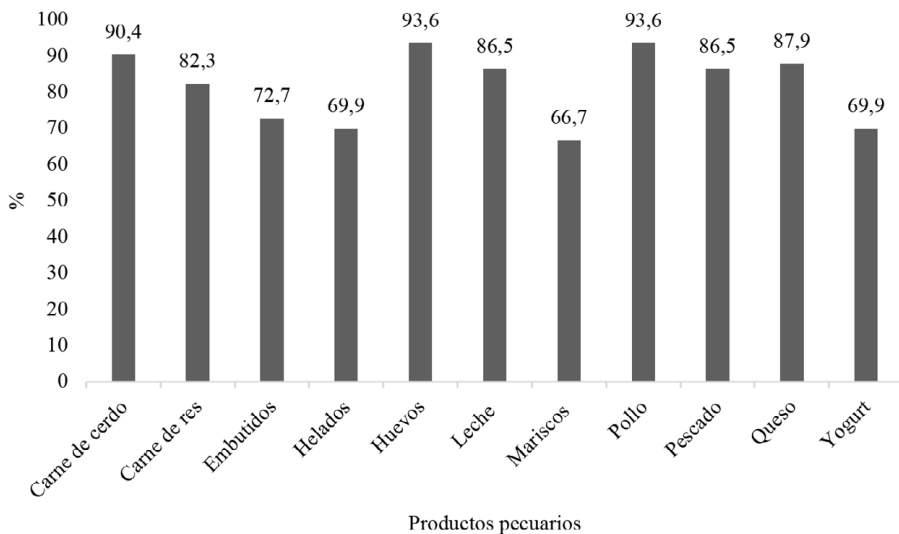
de la tarde de la población costarricense, con un consumo per cápita de café de 19,1 g/d (Madrigal y Caravaca, 2018).

Productos pecuarios

En Nandayure, los productos pecuarios más consumidos fueron pollo y huevos (93,6 %), carne de cerdo (90,4 %) y queso (87,9 %). Madrigal y Caravaca (2018) mencionan que la población costarricense consume per cápita 32,8 g/d de pollo, 27,2 g/d de huevos de gallina, 23,1 g/d de carne de res, de 16,1g/d carne de cerdo. Asimismo, otros productos de importancia en el consumo de las personas de Nandayure fueron el pescado (86,5 %) y mariscos (66 %), esto puede deberse a que este cantón tiene zona costera, a diferencia de otras partes del país donde el consumo promedio de estos dos productos es de un 55 % (Figura 14).

Figura 14

Productos pecuarios consumidos por la población de Nandayure



Nota. Elaboración propia, 2024.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

CONCLUSIONES

En cuanto a los aspectos demográficos y socioeconómicos de este estudio, se identificó que las mujeres se encargan más de realizar las compras (64 %) que los hombres. Además, las personas en edades entre los 21 y los 40 años son más participativas (52,2 %) en este tipo de compras, e invierten en promedio menos de ₡20.000 semanales.

Las características más importantes al momento de compra son la frescura del producto (82,3%) y precio (69,1 %). Esto se relaciona con la disponibilidad y abastecimiento de productos agropecuarios. Por lo tanto, los lugares que ofertan este tipo de productos deben mejorar estas características para ser más atractivos al demandante y, a la vez, va a depender de la capacidad y las condiciones de cada actor participante en el proceso de comercialización.

Por otra parte, los lugares donde el cliente adquiere productos agropecuarios deben tener orden y limpieza (91,5 %), información de los productos (61,1 %), en donde las redes sociales toman fuerza como medio (42,2 %). Así como diferentes formas de pago (49,5%), con el fin de ofrecer un mejor servicio.

Por su parte, la tendencia de consumo de los productos agropecuarios provenientes de cadenas cortas, como un nicho de mercado, dependen de los diferentes de actores. Los productos de mayor demanda en los grupos alimenticios en esta investigación fueron frutas (38 %), hortalizas (23 %) y plantas medicinales y aromáticas (18 %). Estos productos, así como las legumbres, raíces feculentas y otros productos con alto contenido del almidón, productos pecuarios y otros productos agrícolas, están condicionados a la participación de la intermediación y poder adquisitivo del consumidor.

La dinámica de las cadenas cortas presenta poca participación al existir una dependencia de la intermediación. Esto genera un espacio de crecimiento endógeno de productos agropecuarios, lo cual la participación directa de los productores de la región y mejorar las conexiones productor-consumidor para el desarrollo local productivo, enfocadas en las tendencias actuales del demandante. Esto produce oportunidades de nuevos espacios de comercialización ya sea feria del agricultor, emprendimientos y agronegocios. Además de fortalecer alianzas con instituciones públicas y privadas.

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



REFERENCIAS

- Albino, N. (2016). La producción de frutas tropicales: Panorama mundial y en Argentina. *Hoja de divulgación*, 42. https://repositorio.inta.gob.ar/xmlui/bitstream/handle/20.500.12123/659/CR%20Corrientes_EEA%20Bella%20Vista_Molina_NA_Frutas_tropicales-hd42.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alexandratos, N. y Bruinsma, J. (2012). World Agriculture Towards 2030/2050. 2012 Revision. *ESA Working Paper*, 12-03. <https://www.fao.org/4/ap106e/ap106e.pdf>
- Arboleda Julio, E. y Mora Camacho, J. (2018). Percepción del consumidor en cuatro ferias del agricultor, Costa Rica. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 16(32), 121-139. <https://doi.org/10.15359/prne.16-32.6>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Plan para la seguridad alimentaria, nutrición y erradicación del hambre de la CELAC 2025, una propuesta para seguimiento y análisis*. Organización de Naciones Unidas, Santiago, Chile. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/39838-plan-la-seguridad-alimentaria-nutricion-erradicacion-hambre-la-celac-2025>
- Estado de la Nación. (2021). Oportunidades, estabilidad y solvencia económica. Consejo Nacional de Rectores, San José, Costa Rica. https://repositorio.conare.ac.cr/bitstream/handle/20.500.12337/8197/PEN_informe_estado_nacion_capitulo_7_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Francés, A. (2001). *Estrategias para la empresa en América Latina*. Ediciones IESA.
- García, M. (2008). Análisis del comportamiento de precios de cinco productos hortícolas en Costa Rica de 1999 al 2003. *Tecnología en Marcha*, 21(2), 30-44.
- García-Barquero, M. E. (2016). Análisis del comportamiento de mercado en las ferias del agricultor de la Gran Área Metropolitana. *Tecnología en Marcha*, 29(1), 83-95. https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/2541/2330
- Godas, L. (2006). El producto, tipos, atributos y diferenciación. *Offarm*, 25(5), 116-120. <https://es.scribd.com/document/380831229/13088623-S300-es>
- Gómez-Salas, G., Quesada Quesada, D. y Chinnock, A. (2020). Consumo de frutas y vegetales en la población urbana costarricense: Resultados del Estudio Latino Americano de Nutrición y Salud (ELANS)-Costa Rica. *Población y Salud Mesoamericana*, 18(1). <https://doi.org/10.15517/psm.v18i1.42383>
- Guevara-Villalobos, D., Céspedes-Vindas, C., Flores-Soto, N., Úbeda-Carrasquilla, L., Chinnock, A. y Gómez, G. (2019). Hábitos alimentarios de la población urbana costarricense. *Acta médica costarricense*, 61(4), 151-159. <https://doi.org/10.51481/amc.v61i4>

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo Jiménez, Sergio Piedra Navarro



- Hall, V., Rocha, M. y Rodríguez, E. (2022). *Plantas Medicinales Volumen II*. https://www.academia.edu/23015482/PLANTAS_MEDICINALES_VOLUMEN_II
- Instituto de Estudios Latinoamericanos, T. de N. A. (2016). Observación y análisis de las ferias del agricultor: Cartago y Desamparados. *Temas De Nuestra América. Revista De Estudios Latinoamericanos*, 16(34), 171-202. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/tdna/article/view/8701>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (2011). *Población total por grupos de edades, según provincia, cantón y sexo*. <http://inec.cr/poblacion/estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion>
- Jensen, M. y Zúñiga, M. (2016). Algunas prácticas complementarias a la comercialización en las ferias del agricultor. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 14(28), 55-68. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/8549>
- Khoury, C., Achicanoy, H., Bjorkman, A., Navarro-Racines, C., Guarino, L., Flores-Palacios, X., Engels, J., Wiersema, J., Dempewolf, H., Sotelo, S., Ramírez-Villegas, J., Castañeda-Álvarez, N., Fowler, C., Jarvis, A., Rieseberg L. y Struik, P. (2016). Origins of food crops connect countries worldwide. *Royal Society*, 1471-2954. <https://doi.org/10.1098/rspb.2016.0792>
- Ley n.º 8533 de 2006. Regulación de Ferias del Agricultor. Diario Oficial la Gaceta, 18 de julio de 2006. (Costa Rica). http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=57820&nValor3=63389
- Organización de Naciones Unidas. (2015). *Agenda 2030: Objetivos del Desarrollo Sostenible*. <https://ods.cr/17-objetivos-de-desarrollo-sostenible>
- Organización de Naciones Unidas. (2022). *Atlas de desarrollo humano cantonal en Costa Rica*. San José, Costa Rica. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-06/informe_atlas_de_desarrollo_humano_cantonal.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la alimentación (FAO). (2011). *Una introducción a los conceptos básicos de la seguridad alimentaria*. Guía práctica, Roma, Italia. <https://www.fao.org/3/al936s/al936s00.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2016). *Cadenas cortas agroalimentarias*. Roma, Italia. <https://www.fao.org/3/c0040s/c0040s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2020). *Frutas y verduras-esenciales en tu dieta. Año Internacional de las Frutas y Verduras, 2021. Documento de antecedentes*. Roma. <https://doi.org/10.4060/cb2395es>

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo
Jiménez, Sergio Piedra Navarro



- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2023). *Herramienta para formular, monitorear y evaluar los proyectos de administración de tierras en América Latina*. Roma, Italia <https://www.fao.org/in-action/herramienta-administracion-tierras/glosario/m/es/>
- Madrigal, M. y Caravaca, I. (2018). *Patrones de consumo aparente de alimentos según disponibilidad de acuerdo con la encuesta nacional de ingresos y gastos*. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/biblioteca-de-archivos-left/documentos-ministerio-de-salud/vigilancia-de-la-salud/normas-protocolos-guias-y-lineamientos/vigilancia-nutricional/consumo-aparente-enigh-ms/4461-patrones-de-consumo-aparente-de-alimentos-segun-disponibilidad-de-acuerdo-con-la-encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-2018/file>
- Miller, V., Mente, A., Dehghan, M., Rangarajan, S., Zhang, X., Swaminathan, S. y Mapanga, R. (2017). Fruit, vegetable, and legume intake, and cardiovascular disease and deaths in 18 countries (PURE): a prospective cohort study. *The Lancet*, 390(10107), 2037-2049. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)32253-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(17)32253-5)
- Muñoz, F. (2002). *Plantas medicinales y aromáticas: Estudio, cultivo y procesado*. Editorial Mundiprensa. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1431710>
- Pengpid, S. y Peltzer, K. (2018). The prevalence and social determinants of fruit and vegetable consumption among adults in Kenya: A cross-sectional national population-based survey, 2015. *Pan African Medical Journal*, 31, 2-7. <https://10.11604/pamj.2018.31.137.17039>
- Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA). (2016). Análisis del consumo de frutas, hortalizas, pescado y mariscos en los hogares costarricenses. San José, Costa Rica. <https://www.pima.go.cr/wp-content/uploads/2017/07/Analisis-Consumo.pdf>
- Sánchez-Brenes, R. y Arboleda, E. (2018). Perspectiva del consumidor hacia la Feria del Agricultor de San Ramón de Alajuela. *Pensamiento Actual*, 18(30), 44-55. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/33810>
- Sánchez-Brenes, R. y Arboleda, E. (2019). Disponibilidad de productos agropecuarios en la Feria del Agricultor de San Ramón, Alajuela. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 17(33), 37-57. <https://doi.org/10.15359/prne.17-33.2>

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo
Jiménez, Sergio Piedra Navarro



- Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA) (2018). *Informe de Gestión del Sector Agropecuario y Rural (mayo 2014-abril 2018)*. Ministerio de Agricultura, San José, Costa Rica. <https://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/D10-10967.pdf>
- Zúñiga-Escobar, M., Rodríguez-González, S. y Fernández-Rojas, X. (2014). Promoción de la seguridad alimentaria y nutricional en las ferias del agricultor: Propuesta Metodológica. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 12(24), 77-93. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/6066>
- Zúñiga Escobar, M. y Niederle, P. A. (2017). Calidad de los alimentos, estandarización y ferias del agricultor en Costa Rica. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 15(30), 125-142. <https://doi.org/10.15359/prne.15-30.8>

Percepción del consumidor hacia los productos agropecuarios en Nandayure, Guanacaste, Costa Rica
Ronald Sánchez Brenes, Esteban Arboleda Julio, Raymond Pérez Meza, Nazareth Juárez Leandro, Krystel Calvo
Jiménez, Sergio Piedra Navarro

