

# **Las ferias agroalimentarias de Costa Rica espacios para promocionar la agroindustria, los productos típicos y el turismo en los territorios rurales**

Marvin Blanco

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, San José, Costa Rica.

marvin.blanco@iica.int

German Masís

Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. Escuela de Economía

gmasis@una.ac.cr

## **Resumen**

Con el propósito de analizar las características y el impacto de las ferias agroalimentarias sobre la comercialización de productos agropecuarios, la producción agroindustrial y el desarrollo del turismo en los territorios rurales, se realizó una investigación preliminar de cuatro de las ferias que se realizan en Costa Rica: aguacate, naranja, pejibaye y queso. Los resultados señalan que las ferias tienen un nivel de organización simple pero ágil y comprometido en el cumplimiento de las distintas actividades. Se localizan en áreas abiertas de 800 m<sup>2</sup> en promedio como plazas, campos feriales o calles comunales, donde el producto que le da nombre a la feria se vende en varios locales (stands), junto a productos agroindustriales derivados, artesanías, otros productos agrícolas, plantas y comidas típicas. Estos eventos tienen resultados positivos sobre la generación de empleo e ingresos y generan encadenamientos y vínculos sociales entre los productores, las comunidades rurales y los visitantes. Además, las ferias promueven el turismo rural contribuyendo así a diversificar la economía local. También, se encontró que hay problemas de organización local, limitaciones en la infraestructura y falta de claridad sobre los objetivos y fines de las ferias.

**Palabras clave:** ferias agroalimentarias, agroturismo, territorio, Costa Rica

## **Abstract**

In order to analyze the characteristics and the impact of agri- food fairs on the commercialization of agricultural products, agro-industrial production and development of tourism in rural areas, we conducted a preliminary investi-

gation of four of the fairs held in Costa Rica: avocado, orange, peach palm fruit, and cheese. The results show that fairs have a level of organization simple but flexible and committed to compliance with the various activities. They are located in open areas of 800 m<sup>2</sup> on average as squares, fairgrounds or communal streets, where the product that gives its name to the fair is sold at various stands, along with agro-industrial products, handicrafts, other agricultural products, plants and typical meals. These events have positive results on the generation of employment and income and create linkages and social ties between local producers, rural communities, and visitors. In addition, the fairs promote rural tourism helping to diversify the local economy. Also it was found that there are problems of local organization, limited infrastructure and lack of clarity about the objectives and purposes of the fairs.

**Keywords:** agri-food fairs, agri-tourism, territory, Costa Rica.

## **INTRODUCCIÓN**

Las ferias agroalimentarias de Costa Rica son eventos turísticos, comerciales y culturales que toman como eje de su organización productos agrícolas o agroindustriales con identidad territorial y reconocidos en el ámbito nacional por su calidad y tradición de consumo. Son un fenómeno relativamente reciente, que surge como respuesta a las políticas económicas de restricción de la participación del Estado en la actividad agropecuaria y de desestímulo de la producción para el mercado interno.

Estos eventos tienen como antecedente las ferias comunales dedicadas a los patronos religiosos, en los que se exhiben y venden productos agrícolas, comida, ganado y leña, las ferias agro-ganaderas y también las ferias del agricultor que se realizan todos los fines de semana en las cabeceras cantonales del país. Se llevan a cabo durante una o dos semanas al año, por lo general en los períodos de estacionalidad productiva y responden a la necesidad de los productores de promocionar sus productos, de dinamizar los mercados locales, de innovar con nuevos productos agroindustriales y de fomentar el turismo rural hacia sus comunidades. Son organizadas por una asociación local y reciben apoyo básico de diferentes instituciones tales como la Municipalidad local, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Instituto Costarricense de Turismo. Aunque no existe un registro oficial sobre las

ferias, se tiene conocimiento que en el país se realizan por lo menos 15 eventos de ese tipo alrededor de productos tales como: leche, queso, trucha, tilapia, flores, pejibaye, palmito, frijol, naranja, chayote, aguacate, mora, jocote, tomate, chiverre y chicharrón.

Entre esas ferias, destacan las de la naranja, el aguacate, el pejibaye y el queso, organizadas en las comunidades rurales de Tabarcia de Mora, León Cortés, Tucurrique de Jiménez y Santa Cruz de Turrialba, respectivamente, que están entre las de mayor trayectoria y son las que atraen un mayor número de visitantes.

El estudio analizó los rasgos particulares de esas cuatro ferias, su organización, resultados y su contribución al desarrollo agrícola y agroindustrial, así como su papel en el fomento del turismo rural, todo ello en un entorno territorial históricamente determinado.

## **METODOLOGIA**

El trabajo considera como marco de análisis el enfoque de la “Nueva Ruralidad” y los cambios en la economía rural, los que destacan su carácter multifuncional y multisectorial y el surgimiento de una serie de alternativas productivas y comerciales que se articulan en los territorios rurales como opciones de empleo e ingresos no agrícolas y de aprovechamiento de los recursos y el paisaje, en las que se encuentran actividades de agroturismo y de producción artesanal de alimentos (Delgadillo, 2006).

Desde el punto de vista metodológico, en primer lugar se sistematizó información secundaria obtenida de notas de periódico, folletos, informes y sitios web acerca de la realización de las ferias bajo estudio y de las posibles vinculaciones con otros eventos programados del sector agroalimentario y turístico. Por otra parte, se empleó la técnica de observación directa con base en la visita a cada una de las ferias durante tres años consecutivos, así como la entrevista semi-estructurada con informantes calificados en los territorios donde se realizan las ferias. Se evaluaron aspectos tales como: origen, localización, organización, promoción, actividades programadas, productos comercializados, visitantes y logros económicos.

El informe consta de una primera parte que incluye el marco de referencia, seguido de un análisis general sobre las ferias y una reseña de los casos

de estudio. Posteriormente, se presentan algunas reflexiones en torno a los aspectos a fortalecer dentro de la organización de las ferias y por último se presentan las conclusiones del estudio.

## **MARCO DE REFERENCIA**

El sector rural costarricense ha experimentado, en las últimas décadas, transformaciones vinculadas al proceso de globalización y a los cambios en el modelo de desarrollo orientado hacia una mayor apertura económica y articulación con los mercados de productos y servicios.

Muchos de los fenómenos agrario-rurales que se agudizaron en los últimos años están relacionados con los efectos de la globalización sobre el medio rural, tales como: la precarización del empleo, la concentración de la tierra y el capital, la multi-ocupación, las constantes migraciones a través de las fronteras, la articulación de los productores a complejos agroindustriales y empresas transnacionales (Teubal, 1998).

Estas transformaciones señalan modificaciones en el perfil demográfico y en las relaciones sociales de la población rural, en el surgimiento de una nueva economía rural, en la relación con la naturaleza y el medio ambiente, en las relaciones urbano-rurales y en la consolidación del territorio como unidad de desarrollo.

La diversidad productiva, las modificaciones del tejido económico y social y las cada vez más complejas interrelaciones entre los actores sociales rurales y entre los territorios rurales y urbanos, llevan a la necesidad de percibir el medio rural desde los territorios y de impulsar iniciativas territoriales de desarrollo rural; superando así la tradicional mirada de lo rural desde la agricultura o limitada a la estructura y las dinámicas agrarias. (Mora, 2004).

La economía rural se puede entender entonces como una estructura multifuncional y multisectorial que desarrolla en un territorio determinado, múltiples actividades que trascienden el uso agropecuario del espacio, hacia la revalorización de los recursos naturales, la innovación tecnológica y el empleo rural, en función de encadenamientos productivos y comerciales y prácticas de cultivo más eficientes y sostenibles. En ese contexto, surge una serie de actividades, como el aprovechamiento racional de los sistemas agroecológicos, los servicios ambientales, el biocomercio, las cadenas cortas de

comercio y el turismo rural, las cuales han modificado la dinámica social y productiva de las áreas rurales (Masís,2007).

Es así como en varias comunidades rurales del país se han establecido ferias regionales que en ciertos períodos del año promocionan y comercializan los productos del territorio, ofrecen productos procesados y nuevas formas de preparación de comidas, a visitantes nacionales y extranjeros.

Estas ferias representan una relación social, comercial y cultural que se establece entre productores, pobladores y visitantes, convirtiéndose así en un producto social. Se conciben como acciones comunales, en las que lo comunitario y vivencial de la interacción entre los actores participantes se constituye en el elemento distintivo de la experiencia. Señala Mora (2004) que la organización rural adquiere enorme relevancia para llevar adelante procesos de esta naturaleza y las relaciones de parentesco, reciprocidad e intercambio establecidas entre las familias, las organizaciones y las comunidades que forman parte de ellos son centrales.

Por otra parte, estas ferias son un medio propicio para promover el turismo rural, el cual ha sido una de las estrategias para redimensionar los espacios rurales, por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales para los pobladores rurales.

Asimismo, hay que considerar la importancia de la gastronomía local para atraer a los visitantes. Como recurso turístico es apreciada por su carácter simbólico en la medida que actúa como identificador de pueblos y territorios y permite acercarse a la cultura de un modo más vivencial y participativo. La puesta en valor de este recurso está facilitando oportunidades a muchos territorios rurales, lo cual convierte el turismo en importante dinamizador de la economía y cultura de estos lugares (Armesto y Gómez, 2004).

## **RESULTADOS**

### ***A. Características generales de las ferias agroalimentarias analizadas***

Las ferias de la naranja, aguacate, pejibaye y queso, que se celebran, respectivamente, en las comunidades de Tabarcia, León Cortés, Tucurrique y Santa Cruz de Turrialba, son de las más representativas de los productos agroalimentarios con identidad territorial del país. Tal como se muestra en

la tabla 1, dichas zonas producen entre 400 y 800 TM de naranja, queso, pejibaye y aguacate, con la participación de entre 150 y 300 agricultores, destinados al mercado nacional los dos primeros y para el mercado local y de exportación los dos últimos.

Estas ferias son impulsadas por organizaciones agrícolas (Centros Agrícolas Cantonales y Asociaciones de Productores) que han buscado una alternativa de comercio a sus productos y desde hace 2, 10 o 15 años, las realizan en áreas comunales: calles públicas o plazas de deportes (naranja y aguacate) o en campos feriales (pejibaye y queso), en espacios de entre 1.000 y 30.000 m<sup>2</sup>.

Cada feria agroturística se ha calendarizado en un período particular del año (enero, febrero, julio y octubre), que coincide con el pico de producción. En las dos semanas que duran las ferias, se venden entre 100 y 150 TM de frutas que representan una quinta parte de la producción anual. En el caso de la feria del queso se comercializan entre 20 y 30 TM de queso que

equivale a la producción de todas las queseras artesanales durante 15 días. La visitación conjunta a las cuatro ferias es del orden de 25,000 a 50,000, según la promoción y las condiciones del clima.

**Tabla 1**  
**Características de las ferias agroalimentarias de Costa Rica: naranja, aguacate, pejibaye y queso**

Características	Naranja	Aguacate	Pejibaye	Queso
Localización	Tabarcia de Mora	San Pablo de León Cortés	Tucurrique de Pejibaye	Santa Cruz de Turrialba
Mes de celebración	Febrero	Febrero	Octubre	Julio
Organización	Centro Agrícola Cantonal	APACO	Centro Agrícola Cantonal	Asoprofolac
Ediciones	11	2	16	9
Productos agropecuarios				

comercializados	Naranjas, mandarinas, limones, mango, cebolla, café, tapa de dulce y queso	Aguacate	Pejibaye crudo y cocinado	Queso fresco y maduro, natilla, yogurt
Productos típicos	Chicharrones	Pan, cajetas, cocadas, batidos, ponche, postres.	Panes, arroces, picadillos, sopas, y puré; cajetas, jaleas, fresco y yogurt	Tortilla con queso, chicharrón de queso
Evento principal	Ninguno	Guacamole gigante	Arroz con pejibaye gigante	Queso gigante
Actividades culturales	Marimbas, cimarronas y comparsas	Música popular	Corridos de toros, tope, bailes típicos, música popular, juegos de pólvora	Bailes típicos, concursos de canto, rondallas y conciertos de música
Actividades deportivas	Caminatas	Carrera del aguacate	Cabalgatas, ciclo-montañismo	
Oferta turística	Fincas, mariposario, cabreriza	Visitas guiadas plantaciones	Visitas guiadas a plantaciones, paseos a caballo, pesca	Tour en caballo y tractor a las lecherías
Visitación prom	ND	3500	ND	6000

Fuente: elaboración propia

La organización de las ferias agroalimentarias es asumida por una comisión central, que planifica la actividad entre 6 y 12 meses de antelación e integra subcomisiones o coordina con instancias comunales para la ejecución de las diferentes tareas. La promoción es realizada por medio de la radio, la televisión y la prensa escrita nacionales y mediante afiches y volantes de distribución local y regional.

Las ferias se financian con un aporte inicial de las propias organizaciones (entre un 20 y 40% del costo total), con patrocinios externos de entidades financieras, empresas agroindustriales y comercializadoras de equipo e insumos agrícolas y de empresas locales, como cooperativas y pequeños comercios. Los principales gastos en que incurren los organizadores corresponden al alquiler de instalaciones, la construcción de los locales, el transporte de los equipos y grupos culturales, la seguridad y la electricidad. Mientras que los ingresos

proviene del alquiler de los locales y del aporte de los patrocinadores, los cuales según los organizadores les permite cubrir una parte de los gastos y obtener una utilidad baja, pero suficiente para autofinanciar la actividad.

El número de locales de venta y exposición varía entre 45 y 60, de los cuales entre 8 y 20 (una cuarta parte) se dedican a la venta del producto principal, entre 6 y 12 venden productos agrícolas o agroindustriales, entre 8 y 12 ofrecen comidas locales o nacionales y entre 6 y 12 venden artesanías, además de diversos locales de venta de muebles, equipo agrícola, plantas ornamentales y árboles frutales.

La mayoría de los locales y la mayor parte de la venta de los productos (cerca del 70%) está en manos de los productores y sus familias y de comerciantes de la comunidad y de la región, por lo que las ferias representan una alternativa de comercio de la producción local y una posibilidad de retención del valor generado para los pobladores locales.

Un componente especial de estas ferias es la elaboración de productos procesados y la preparación de comidas a partir del producto principal. En el caso de los primeros, se han desarrollado jugos, productos en conserva y productos molidos para diversos usos. En la preparación de comidas, la creatividad ha trascendido las comidas tradicionales, para dar lugar a una gran cantidad de nuevas preparaciones, las cuales han sido registradas en recetarios que han sido publicados y difundidos en los eventos.

Para crear un ambiente alegre y festivo, las ferias han incorporado una variedad de actividades culturales y recreativas, como la presentación de mascaradas, bailes típicos, teatro, música en vivo con grupos de la zona y la organización de cabalgatas, corridas de toros y tours por las fincas.

Por último, se debe destacar que las ferias se han constituido en un excelente medio de promoción del turismo rural; año con año se incrementa la visita a sitios naturales, fincas agrícolas y ganaderas, beneficios de café y trapiches de caña, pesca en ríos y estanques y producción de miel de abeja, entre otros. Además, ha aumentado la demanda de hospedaje, restaurantes y centros recreativos.



## **B. Reseña de los casos de estudio**

### **1. Feria de la Naranja**

Se realiza en la comunidad de Tabarcia de Mora, durante dos fines de semana consecutivos del mes de febrero, organizada por el Centro Agrícola Cantonal de Mora y la Asociación de Desarrollo Específica Pro Rescate Histórico, Arquitectónico y Cultural. Su propósito es el de promocionar la producción de cítricos, principalmente la naranja, cultivo que ha venido tomando mayor auge en la Región Central Sur del país, tanto para su comercialización en fresco como en productos procesados.

El cultivo de naranja inició en el cantón de Mora como una alternativa ante los bajos precios del café y los problemas de comercialización de la caña de azúcar, ya que la mayoría de los terrenos se dedicaban a estos cultivos. En la actualidad son más de 90 productores quienes se dedican a este cultivo. Las plantaciones son por lo general árboles injertados de las variedades criolla, Washington y Valencia (Centro Agrícola Cantonal de Mora, 2007).

La feria se promociona como un evento agrícola, agroindustrial y turístico, donde se ofrece información sobre producción y comercialización de los cítricos y otros productos agrícolas, así como iniciativas locales de procesamiento agroindustrial y agroturismo.

Se han realizado 11 ediciones y las primeras nueve se llevaron a cabo en el centro de Ciudad Colón, cabecera del cantón de Mora, pero este sitio comenzó a resultar pequeño para albergar a todo el público, por cuanto a partir de la décima edición se decidió trasladarla a la comunidad de Tabarcia de Mora, donde el parque local ofrece un espacio más amplio y cómodo para los visitantes. Este cambio, aunque disminuyó la afluencia de público, fue bien recibido por los visitantes por tratarse de una comunidad rural, más tranquila y con mayores atractivos turísticos. Además, se realiza durante la estación seca por cuanto el clima siempre es muy conveniente para pasear.

Los productos que se exhiben y comercializan en la feria son las naranjas que se ofrecen en mallas de 25 unidades, como jugo natural que se extrae a la vista del cliente y procesada en mermeladas. Además, se encuentran limones, mandarinas y otros productos de la zona como mango, cebolla, café, tapa de dulce y queso. También, se pueden adquirir árboles frutales, plantas

ornamentales, orquídeas y artesanía variada de origen local. Entre las comidas tradicionales se destacan los chicharrones, muy apetecidos por los visitantes y que provienen de Puriscal, una comunidad aledaña, que también organiza su propia feria en honor a este plato típico (Blanco, 2007).

En la parte cultural destaca la presentación de marimbas, cimarronas y comparsas. Asimismo se programan actividades deportivas, tales como caminatas, en las que se anima a participar a niños y adultos.

## 2. Feria del Aguacate

Este evento se ha realizado en dos ocasiones, 2008 y 2010, organizado por la Asociación de Productores Agrícolas y de Comercialización (APACO) de Santa Cruz de León Cortés, la cual reúne cerca de 110 productores. La Asociación brinda servicios de capacitación y comercialización; acopia el producto, lo empaca en su planta y lo almacena en cámaras frías. De allí es distribuido a los diferentes puntos de comercialización en todo el país.

La zona es considerada la mayor productora de aguacate tipo Hass del país, cuyo cultivo se inició hace unos 25 años y se alterna con el del café. APACO creó la marca “Hasstico” para promocionar el aguacate de altura de la zona de Los Santos, la cual lanzaron al mercado durante la primera edición de la feria (Centro Agrícola Cantonal de Tucurrique, 2008).

La feria se realiza durante un fin de semana (tres días) y el propósito es dar a conocer al consumidor nacional el aguacate de esta zona, cuyo cultivo es fomentado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) debido a que en la actualidad se importa el 85 por ciento de la demanda. En su primera edición se celebró en la comunidad de Santa Cruz, pero en la segunda se trasladó al estadio municipal, para disponer de mayor espacio de exposición y estacionamiento de vehículos, que es siempre un problema a resolver en este tipo de ferias comunales. La visitación es de aproximadamente 3,500 personas (Masís, 2009).

Entre las actividades que ofrece esta feria está la exhibición y venta de la fruta fresca, demostraciones sobre elaboración de comidas y bebidas a base de aguacate. También hay visitas guiadas a las plantaciones de aguacate y presentaciones artísticas y conciertos de música popular.

Pese a que esta es la feria más joven de las evaluadas en el estudio, es notable el esfuerzo de los organizadores en atender todos los aspectos que implica la instalación y operación de una feria, tales como ubicación, estacionamiento, promoción y programa. Además, el concepto de feria es bastante claro, porque el aguacate es colocado como el punto central de la feria y de esa forma se programan eventos culturales y deportivos alusivos a la fruta, como por ejemplo, la elaboración del guacamole más grande del país<sup>1</sup>. También, en 2010 se efectuó la primera carrera atlética del aguacate y se prepararon diferentes productos a base de la fruta tales como panes, cajetas y cocadas, batidos, ponche y postres variados.

### 3. Feria del Pejibaye

De las ferias analizadas, esta es la más antigua y ya contabiliza 15 ediciones. Se lleva a cabo durante dos fines de semana en el campo ferial de la comunidad de Tucurrique del cantón de Jiménez, organizada por el Centro Agrícola Cantonal.

El pejibaye (*Bactris gasipaes*) es una palma originaria de América del Sur y fue cultivada por los aborígenes de las zonas bajas desde mucho antes de la llegada de los europeos. En Brasil se le llama pupunha, y en Colombia y Panamá chontaduro. Es apreciado por su sabor y porque es fuente de vitaminas A, B, C, E, B-6 y B-12. Tucurrique fue el primer lugar en Costa Rica en que se documentó el cultivo del pejibaye, en mil quinientos noventa y uno (Centro Agrícola Cantonal de Tucurrique, 2008).

Este fruto, que se consume cocinado, puede utilizarse en la preparación de comidas y bebidas como por ejemplo panes, galletas y empanadas; picadillos, sopas, arroces y puré; cajetas, mermeladas, fresco, ponche y yogurt. Sin embargo, la mayoría de la población lo consume básicamente como pasaboca, de ahí que la feria tiene entre sus propósitos dar a conocer alternativas de consumo por medio de diferentes recetas. También, busca rescatar valores y tradiciones propias del lugar y proyectar el cantón como destino turístico.

---

<sup>1</sup> En la segunda edición se utilizaron 2500 aguacates, 400 limones, 5 kilos de chiles jalapeños, 20 kilos de cebolla, 5 litros de aceite de oliva, 20 rollos de culantro y 5 galones de mayonesa en la preparación del guacamole y que pudieron degustar unas 4000 personas.

Las principales actividades que se realizan son la degustación y venta del pejibaye en fresco y cocinado y de una variedad de platillos elaborados con esta fruta; también, el programa incluye corridas de toros, tope, juegos

mecánicos, bailes típicos, música popular, conciertos, juegos de pólvora y la elección de la reina de la feria. Además, en esta feria se acostumbra, como estrategia de mercadeo, la elaboración del arroz con pejibaye más grande del país, evento que sin duda atrae una cantidad extra de visitantes.

El programa se complementa con actividades deportivas tales como cabalgatas y competencias de ciclo-montañismo y en la parte turística se ofrece el tour del pejibaye, donde se demuestra desde el cultivo hasta la elaboración de la harina de pejibaye, paseos a caballo y pesca deportiva.

#### 4. Feria del Queso

Se realiza en Santa Cruz de Turrialba, comunidad considerada por sus lugareños como la cuna del verdadero queso Turrialba. En dicho lugar, existen alrededor de 250 productores de leche y queso que fabrican alrededor de 32,000 Kg de queso por mes que se venden en el Gran Área Metropolitana de Costa Rica. Se estima que el 90% de los 6000 habitantes del distrito de Santa Cruz se dedican a la agroindustria de la leche y elaboración de queso.

La fama que ostenta el queso Turrialba en todo el país y el paisaje de montaña típico de la zona, fueron los recursos básicos utilizados para organizar esta feria, que se ha realizado desde el 2002. Sus propósitos son los de dar a conocer la cultura productiva santacruceña, fortalecer la comercialización del queso y otros productos lácteos y promocionar los atractivos turísticos de la región.

La primera feria fue organizada por la Asociación de Desarrollo Comunal y se localizó en la plaza de deportes de Santa Cruz. La novedad de la actividad y la participación activa de los productores de queso y pobladores hicieron que el evento fuera todo un éxito, por cuanto se decidió calendarizar la feria como un evento anual. A partir del segundo año, la organización de la feria fue asumida por la Asociación de Productores Agropecuarios (ASOPROA) la cual reúne a la mayoría de productores de leche y queso del distrito. Posteriormente se creó la Asociación del Fortalecimiento Lácteo del Distrito de Santa Cruz, Turrialba (Asoprofolac) a fin de manejar de forma

más eficiente todos los aspectos relacionados con la logística de la feria (Blanco, 2009).

A medida que fue aumentando la visitación, el flujo vehicular y el estacionamiento se complicaron debido a que Santa Cruz cuenta con una sola carretera de acceso, que no permitiría una evacuación rápida en caso de emergencia, máxime que el centro de población se ubica al pie del Volcán Turrialba, el cual inició un nuevo periodo de actividad en el 2006. En consecuencia, la Comisión Nacional de Emergencias (CNE) no autorizó más la localización de la feria en el centro del pueblo y a partir de la cuarta edición se tuvo que trasladar a una finca particular, donde se realizaron dos ediciones. Sin embargo, la topografía de la finca y la lluvia afectaban el evento y por consiguiente en las dos últimas ediciones la feria se instaló en un campo ferial ubicado en el centro de Turrialba, a unos 15 Km de Santa Cruz.

Aunque el campo ferial es más cómodo y seguro para los visitantes, el hecho de sacar la feria de la comunidad no ha sido del agrado de muchos pobladores y visitantes quienes consideran que se desvirtuó la feria como un evento cultural comunitario y no se cumple con el objetivo de promocionar turísticamente el distrito. Por consiguiente, se están bevaluando alternativas opciones para ubicar la feria en un sitio más cercano y que reúna las condiciones de comodidad y seguridad necesarias.

Las actividades que se realizan durante la feria del queso son las siguientes:

- Elaboración y degustación de un queso gigante. Esta es una de los eventos más esperados por el público y que constituye el símbolo de la expoferia. El queso se elabora en una de las queseras de Santa Cruz con algunos días de antelación y luego se traslada al campo ferial, donde en un acto solemne se reconoce a los productores del queso y se le dedica a alguna de las empresas patrocinadoras. En la edición del 2010 se elaboraron dos quesos, uno de 160 Kg y otro de 250 kg.
- Degustaciones y venta de quesos (Turrialba, maduro, con especias e hilado) y otros derivados de la leche como yogurt, natilla, rompopo y chicharrón de queso.
- Exhibición de ganado y concurso de ordeño.

- Tour en caballo y tractor a las lecherías.
- Exposiciones y venta de muebles, pinturas, plantas y artesanías
- Venta de comidas típicas (picadillos, arroz con pollo, gallos de carne, sopa de mondongo), tortillas con queso y panes caseros.
- Presentaciones artísticas, tales como bailes típicos, concursos de canto, rondallas y conciertos de música popular.

Inicialmente, la feria se realizaba durante un fin de semana (viernes, sábado y domingo), pero luego se decidió extenderla a dos fines de semana consecutivos (sábado y domingo) para dosificar la visitación y evitar problemas de congestión vehicular.

La Feria del Queso es un evento bien posicionado en el país y cada año aumenta la visitación, que se estima en 10,000 personas. Aunque no se conocen datos de recaudación, la ganancia neta es baja debido a que se deben pagar el alquiler del recinto ferial, transporte, seguridad, y actividades culturales, entre otros gastos.

La apreciación de esta feria es que ha mejorado en cuanto a su organización (cuenta con una asociación responsable de carácter permanente, página web, experiencia), pero no ha evolucionado en cuanto al concepto de feria agroalimentaria. Continúa siendo un evento con un programa simple, con pocas actividades directamente relacionadas con el producto principal y que a menudo se rellena con actividades ajenas a la cultura de producción del queso Turrialba.

El programa se podría mejorar organizando actividades para aprender a catar quesos, concursos sobre nuevos quesos y platos a base de queso; reforzar el programa artístico con la participación de artistas locales; promover el turismo rural e incentivar a los artesanos a crear souvenirs alusivos a la cultura de producción de leche y queso.

Por otra parte, se debe resolver el problema de la localización de la feria porque es evidente que al sacarla de la comunidad se ha desvirtuado y ha provocado divisiones entre los dirigentes comunales y los mismos pobladores.

### C. Elementos para el fortalecimiento de las ferias

Una valoración general de los cuatro casos estudiados permite determinar que las ferias agroalimentarias han surgido en espacios geográficos de gran diversidad y riqueza de recursos naturales, pero con grandes limitaciones infraestructurales, financieras y asistenciales, por lo que la viabilidad y consolidación depende de mantener la calidad de los productos y servicios, impulsar la innovación constante y asegurar el posicionamiento comercial de los mismos.

Algunos de los aspectos por considerar dentro de una estrategia de fortalecimiento de las ferias son los siguientes:

- **Organización:** Cada una de las ferias debe contar con una organización formal que se encargue en forma anticipada de programar la feria, realizar la promoción, la ejecución y su evaluación. Es recomendable que el grupo organizador esté constituido por productores, empresarios y representantes de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales con acciones de apoyo en el territorio. Se deben nombrar comisiones para repartir las diferentes tareas y mantener una coordinación estrecha con cada una de ellas. Es necesario evaluar los resultados de las ferias por medio de encuestas a los visitantes para así resolver los problemas reportados y valorar sugerencias.
- **Promoción y Mercadeo:** Se requiere disponer de medios de información permanentes como por ejemplo una página web, que funcione como vitrina de información de las actividades culturales de la comunidad y de los productos agroalimentarios del territorio. También se debe promover la participación de todas las fuerzas vivas de la comunidad para mejorar el sentido de pertenencia de la feria y ampliar la oferta de actividades tales como bailes típicos, grupos musicales y comidas locales.
- **Localización:** La feria se debe ubicar en un espacio que brinde la comodidad y seguridad necesarias para la circulación de vehículos y visitantes, así como para la organización de las diferentes actividades, pero no debe estar muy alejada de la comunidad donde se cultiva o produce el producto que da nombre a la feria.
- **Programa de actividades:** Se debe fortalecer el programa cultural y deportivo de la feria, de modo que las distintas actividades giren alrededor del

producto principal. Se pueden organizar actividades interactivas tales como juegos tradicionales y concursos de comidas, pintura y destrezas en los oficios relacionados con el manejo de los productos agroalimentarios, que promuevan la participación de los pobladores locales y visitantes. Asimismo, se debe limitar el uso de elementos artificiales ajenos a la vida productiva y cultural de la comunidad anfitriona tales como juegos mecánicos, artesanía extranjera y exhibiciones de artículos ajenos.

- **Oferta gastronómica:** Se puede ampliar por medio de concursos de platos y demostraciones sobre el uso de productos nativos. Hay que evitar la venta de comidas rápidas o de cocina internacional, pues a la vez que compiten con la cocina local desvirtúan el sentido de la feria.
- **Promoción del turismo local:** Este debe ser uno de los objetivos de las ferias para así aumentar la visitación a las comunidades anfitrionas durante todo el año. Hay que ofrecer información sobre los atractivos turísticos en la comunidad y ofertar recorridos por las fincas lecheras y plantaciones.
- **Fortalecimiento de la artesanía local:** Se requiere trabajar con los artesanos locales para que estos elaboren artículos que identifiquen la feria y la comunidad, tales como pinturas, llaveros, platos, tazas y camisetas, que sin perder la calidad puedan venderse a precios asequibles.

## CONCLUSIONES

Las ferias agroturísticas del pejibaye, del aguacate, de la naranja y la feria del queso, han sido el resultado del impulso de organizaciones productivas locales, como centros agrícolas cantonales y asociaciones de productores, que han logrado dinamizar la venta de sus productos agroindustriales, difundir las características y la forma de producción y elaboración de los mismos y proyectar las comunidades y los paisajes naturales de los territorios rurales.

Estas ferias, en espacios comunales y plazas deportivas, se han consolidado en épocas definidas del año, ofreciendo productos y servicios capaces de atraer a turistas y consumidores y generando beneficios importantes a los grupos y organizaciones locales.

Las ferias cumplen con los objetivos de promocionar y vender el producto de interés y de sus derivados agroindustriales, así como de otros productos



agropecuarios, comidas y dulces típicos. Además, han creado las condiciones apropiadas para que los visitantes puedan tomar contacto con la cultura local, degustar y comprar productos y comidas y en general disfruten de una estancia cómoda, tranquila y segura.

En cuanto al impacto sobre la economía local, las ferias han logrado dinamizar la venta de los productos, fortalecer el comercio y los servicios y aumentar los ingresos de los productores y de sus familias. Según los organizadores, los mayores beneficios los reciben los productores que venden su producto y la comunidad que se da a conocer en todo el país. Así mismo, han logrado incentivar la producción, el desarrollo de las fincas, el encadenamiento de las actividades productivas y comerciales, el mejoramiento de la infraestructura física y productiva y la promoción turística de las comunidades rurales.

Las ferias han permitido la vinculación y la integración de los actores de las comunidades rurales, la promoción del trabajo asociativo y de la empresariedad rural y la reafirmación de los valores y la identidad histórico-cultural de los territorios involucrados. Lo anterior es resultado de la participación de un grupo constante de productores y de algunas entidades locales, que han logrado crear un esquema organizativo ágil, eficiente y comprometido con la atención de los diferentes aspectos de las ferias.

Los retos que tiene por delante la organización de las ferias, apuntan a la innovación en la presentación, venta y utilización de los productos, la adecuación de las ferias como espacios permanentes de comercio alternativo y la creación de una identidad producto-territorio.

## **REFERENCIAS**

ARMESTO, X. y B. Gómez, (2004). Productos alimentarios de calidad, turismo y desarrollo local. Cuadernos Geográficos, 84 (2004-1) 83-94.

Blanco, M. (2007). Crónica de la feria de la naranja. En <http://turismo-tico.blogspot.com/>

Blanco, M. (2008). Queso Turrialba. En Calidad de los Alimentos Vinculada al Origen y las Tradiciones en América Latina. Estudio de Casos. Lima: FAO-IICA.

Centro Agrícola Cantonal de Tucurrique (2008). Expo Feria Nacional del Pejibaye. Folleto promocional.

Centro Agrícola Cantonal de Mora (2008). Expo Feria Turística de la Naranja. Información general.

DELGADILLO, J. (2006). Nuevas opciones para generar empleos e ingresos en el medio rural. IICA. Cuaderno de Desarrollo Rural, N° 35.

MASÍS G. (2009). Agroexportación campesina del aguacate en Costa Rica. En: Una mirada a experiencias exitosas de agroindustria rural en América Latina. San José: IICA.

MASÍS, G. (2007). Alternativas de la pequeña producción rural en el contexto actual. San José: VECO.

MORA J. (2004). Política agraria y desarrollo rural en Costa Rica. San José: Fundación Friedrich Ebert

TEUBAL, M. (1998). Globalización y sus efectos sobre las sociedades rurales en América Latina. En: Globalización, crisis y desarrollo rural en América Latina. Memoria Congreso ALASRU.