

# Efectos del PAI en la cadena de valor del frijol en Costa Rica



Universidad Nacional de Costa Rica – CINPE

\*Dr. Leiner Vargas Alfaro  
Con la colaboración de los asistentes  
Lorenzo Rojas y Sally Hernández.

\*Catedrático CINPE-UNA

[www.leinervargas.net](http://www.leinervargas.net)

Agosto, 2021

## Índice general

<b>Introducción .....</b>	<b>6</b>
<b>Programa de Abastecimiento Institucional (PAI).....</b>	<b>10</b>
<b>Análisis en el marco del Programa de Abastecimiento Institucional .....</b>	<b>18</b>
<input type="checkbox"/> <b>Productores de frijol .....</b>	<b>19</b>
o Diagnóstico general .....	20
o Importancia del Programa Abastecimiento Institucional (PAI) .....	30
<input type="checkbox"/> <b>Asociaciones de productores de frijol .....</b>	<b>35</b>
o Resumen por asociación .....	36
o Análisis agregado de los resultados .....	48
<input type="checkbox"/> <b>Consejo Nacional de Producción.....</b>	<b>64</b>
<input type="checkbox"/> <b>Juntas de Educación encargadas de comedores escolares.....</b>	<b>69</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>75</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>80</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>82</b>
<input type="checkbox"/> <b>Anexo 1: Encuesta para productores .....</b>	<b>82</b>
<input type="checkbox"/> <b>Anexo 2: Encuesta para asociaciones de productores .....</b>	<b>85</b>
<input type="checkbox"/> <b>Anexo 3: Lista de asociaciones que participaron en la encuesta .....</b>	<b>89</b>
<input type="checkbox"/> <b>Anexo 4: Encuesta general a autoridades gerenciales del Programa de Abastecimiento Institucional .....</b>	<b>90</b>
<input type="checkbox"/> <b>Anexo 5: Encuesta a comedores escolares .....</b>	<b>95</b>
<input type="checkbox"/> <b>Anexo 6: Lista de Juntas Educativas que participaron .....</b>	<b>97</b>

## Índice de tablas y gráficos

Cuadro 1: Asignación de la cuota de importación de frijol rojo y negro según industria registrada, 2021-2022, en toneladas métricas.....	14
Gráfico 1: cantidad de toneladas importadas a Costa Rica del periodo 2012 a 2020 .....	15
Gráfico 2: Área cosechada (ha), producción (ton) y productividad (ton/ha) en Costa Rica del 2012 al 2021 .....	16
Gráfico 3: Comportamiento de los precios de los frijoles negros y rojos del 2012 al junio 2021, dólares por kilo.....	17
□ <i>Productores de frijol</i> .....	19
Gráfico 4: Distribución del nivel de educación más alto terminado en los productores de frijol.....	21
Gráfico 5: Distribución porcentual de los productores de frijol por región. ....	22
Gráfico 6: Promedio de cosecha de frijol por productor y por región en el último año.....	23
Gráfico 7: Porcentaje de productores que reciben asistencia técnica por región. ....	24
Gráfico 8: Cosecha promedio por productor y por región según si reciben asistencia técnica.....	25
Gráfico 9: Porcentaje de productores que pertenecen a una asociación de productores por región.....	26
Gráfico 10: Precio promedio por quintal según si pertenece a una asociación de productores.....	27
Gráfico 11: Cantidad de cosechas al año realizadas por los productores de frijol.....	28
Gráfico 12: Organizaciones a quienes los productores de frijol venden sus cosechas.....	29
Gráfico 13: Promedio del precio por quintal de la última cosecha por región. ....	30
Gráfico 14: Porcentaje de productores que han escuchado sobre el PAI por región. ....	31
Gráfico 15: Porcentaje de productores que tiene alguna relación con el PAI por región. ....	32
Gráfico 16: Precio promedio por quintal y por región según si el productor tiene relación con el PAI.....	33

Gráfico 17: Cosecha promedio por productor según si tiene relación con el PAI.....	34
<input type="checkbox"/> <i>Asociaciones de productores de frijol</i> .....	35
Gráfico 18: Promedio de agremiados activos que tiene cada asociación por región .....	49
Gráfico 19: Promedio de la cantidad de agremiados frijoleros activos en cada asociación por región.....	50
Gráfico 20: Promedio de la cantidad del porcentaje de asociados que son mujeres en cada asociación, por región. ....	51
Gráfico 21: Porcentaje de asociaciones que pertenecen alguna federación de asociaciones o algún grupo organizado superior, por región.....	52
Gráfico 22: Precio promedio (por quintal) al cual se le compró la última cosecha de frijoles a los productores, por región. ....	53
Gráfico 23: Porcentaje de asociaciones que aplican una diferenciación en la compra según el tamaño de los agricultores, por región.....	54
Cuadro 2: Requisitos con los que los asociados deben de cumplir para formar parte de la agrupación.....	55
Cuadro 3: Porcentaje de las asociaciones que reciben los siguientes servicios por parte del Consejo Nacional de Producción (CNP). ....	56
Cuadro 4: Principales servicios brindados por la asociación a sus agremiados.....	57
Cuadro 5: Servicios que a las asociaciones les gustaría brindar a sus agremiados.....	58
Gráfico 24: Porcentaje de asociaciones que tienen relación con el PAI según la región. ....	59
Gráfico 25: Porcentaje de asociaciones que dicen recibir un mejor precio a través del PAI, por región.....	60
Gráfico 26: Promedio del precio (por quintal) de venta de los frijoles de las últimas dos cosechas al PAI por región.....	61
Gráfico 27: Distribución de las asociaciones según a quien le venden su cosecha.....	62
Gráfico 28: Promedio de la valoración dada por las asociaciones al PAI de acuerdo con la relación que tiene cada una de ellas, donde 1 es muy mal y 5 muy bien, por región. ....	63
<input type="checkbox"/> <i>Consejo Nacional de Producción</i> .....	64
<input type="checkbox"/> <i>Juntas de Educación encargadas de comedores escolares</i> .....	69

<b>Gráfico 29: Porcentaje del presupuesto que destinan las juntas educativas a los comedores escolares. ....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico 30: Evaluación de los temas recibidos por parte del PAI .....</b>	<b>71</b>
<b>Gráfico 31: Vende el PAI a un precio mayor de lo que se podría conseguir en otros negocios .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico 32: Valoración de la satisfacción de las Juntas Escolares con respecto al PAI, 5 muy satisfecho y 1 muy insatisfecho.....</b>	<b>73</b>

## Introducción

---

Los mercados de productos agrícolas y particularmente, los mercados de granos, no funcionan adecuadamente. Existe fallas de mercado a lo largo de los distintos segmentos de la cadena de valor que provocan serias distorsiones en el funcionamiento del sistema de precios. Estas cadenas de valor locales se combinan con importaciones que mantienen en mucho dichas distorsiones, debido a los problemas de concentración de mercado, logística de importación o inclusive, procesos globales de concentración en el transporte internacional y manejo del mercado global de granos. Ni el mercado local y mucho menos el mercado internacional de granos podría asignar los precios de forma eficiente y justa, debido a todas estas fallas del mercado.

Tal como se ha estudiado en la literatura reciente sobre mercados de granos básicos, es necesario atender a través de política pública al menos las consecuencias más evidentes de dichas fallas. La primera de ellas es el poder oligopsónico de los compradores locales o comerciantes intermediarios en la fase inicial de la cadena de valor. Esta primera etapa de la cadena de valor del producto requiere entonces de aumentar el tamaño de la oferta y su poder de negociación, la solución va desde el fomento a cooperativas y asociaciones de productores, el desarrollo de centros de acopio y de valor agregado, hasta mecanismos institucionales de acuerdo sobre porcentajes mínimos de valor asignado en cada etapa del proceso de la cadena. Soluciones más fuertes serían el control regulatorio y la fijación de precios y márgenes por segmento o el desarrollo de canales de

compra y comercialización pública de la producción de los grupos considerados vulnerables, básicamente los pequeños productores.

Cuando la estructura de mercado del producto se asocia con elementos perecederos, las alternativas van en intervenciones en las cadenas de frío o el desarrollo de mercados locales y regionales, dónde los productores puedan llegar directamente al consumidor. El desarrollo de mercados locales o regionales con canales directos al productor o los mecanismos de protección de productor a través de preservación de su oferta con sistemas de refrigeración pueden permitir reducir el poder de negociación de los intermediarios en las cadenas de valor de dichos productos, lo anterior requiere de importantes inversiones en infraestructura y un soporte institucional fuerte para no desvirtuar los programas y caer en manos de la especulación. Otras formas de mejorar la relación de acceso de valor de los productores es el desarrollo de marcas con trazabilidad de origen de la producción, el fomento al consumo de productos de origen local y el apoyo directo con infraestructura y logística para llegar directamente al mercado.

El interés del presente trabajo ha estado motivado por **la existencia de márgenes de comercialización muy amplios en el mercado del frijol costarricense, aspecto que claramente se contradice con el funcionamiento adecuado del mercado.** Es evidente que existen momentos en dónde la cadena de valor refleja márgenes superiores al 100 por ciento para el frijol rojo y negro vendido en el mercado local. Dicho comportamiento no competitivo o impropio del mercado podría estar llevando a dos posibles efectos, por una parte, al uso inapropiado del poder monopsónico de compra en la cadena de materia prima y en

segundo lugar, al abuso del poder de mercado en el precio final de la cadena de venta, generando un perjuicio al comprador final.

En este contexto, es del interés del presente trabajo, valorar **¿cuál ha sido el papel del Consejo Nacional de la Producción CNP a través del Programa de Abastecimiento Institucional PAI en el manejo de dichas fallas de mercado?**

Se intenta verificar si efectivamente el PAI está funcionando como un mecanismo que mejora la asignación de valor a lo largo de la cadena y **si existen o no, oportunidades de mejora o imperfecciones institucionales a corregir**. Todo lo anterior comprendiendo que las compras públicas se realizan con fondos públicos y que atienden segmentos sociales de alta vulnerabilidad, tales como los sistemas educativos, las entidades de bien social y los hospitales, cárceles y entidades de protección a la niñez y adolescencia, entre otros.

A partir de la orientación previa, nos interesa en específico responder las siguientes preguntas. **¿Está cumpliendo el PAI la función de asignar el valor de mejor forma en los distintos segmentos de la cadena de valor del frijol?, ¿Cuáles han sido los principales resultados del accionar institucional vía las compras públicas?, ¿Existe conocimiento en los distintos niveles de actores sobre el funcionamiento del programa?, ¿Qué percepción tienen dichos actores de la acción del PAI y sus efectos? Y finalmente, ¿Qué fallas institucionales existen y cuáles podrían considerarse como oportunidades de mejora para el funcionamiento del PAI?**

Para contestar dichas preguntas la investigación ha desarrollado 4 instrumentos de encuesta directa a los actores involucrados a saber. Una encuesta

directa a productores de frijol de las distintas regiones, involucrados con asociaciones de productores que venden total o parcialmente su oferta al PAI. Una segunda encuesta directamente a las asociaciones de productores sobre sus vínculos hacía atrás y hacía adelante, con productores y con los actores del PAI. Una tercera encuesta fue realizada con las autoridades y mandos medios del programa, tanto en la parte directiva como en la estructura intermedia de gestión del programa. Finalmente, se realizó una encuesta dirigida y segmentada a un grupo de organizaciones que le compran al PAI, sobre sus percepciones de funcionamiento del PAI en distintos ámbitos y particularmente sobre los resultados del precio pagado al final de la cadena. Se amplió el criterio a varios de los productos para evitar sesgar la muestra o las opiniones respecto del frijol, **en este trabajo nos ocuparemos esencialmente del tema del frijol, pero quedan temas a considerar en otros trabajos sobre los demás mercados de productos comercializados a través del PAI.**

Finalmente, utilizando un análisis de cadena y de valoración de la política pública de compras institucionales, se llega a un conjunto de conclusiones y posibles oportunidades de mejora a recomendar para el funcionamiento del PAI.

## Programa de Abastecimiento Institucional (PAI)

---

El Consejo Nacional de Producción (CNP) es un ente gubernamental que se encarga de labores que incentivan el desarrollo económico y social del país. En ese sentido, una de las iniciativas que ha desarrollado esta entidad es el Programa de Abastecimiento Institucional (PAI), el cual surge en el año 1977 y ha sido administrado por el CNP hasta la actualidad. En términos generales, el PAI tiene como objetivo primordial **brindar un servicio de apoyo en el proceso de comercialización de productores costarricenses, brindándole al productor beneficios como, por ejemplo: capacitaciones, ayuda en la inserción al mercado, acompañamiento en el proceso de producción, entre otros.** Todo esto con la finalidad de permitirle a las micro, pequeñas y mediante empresas productoras la posibilidad de posicionar sus productos en el mercado nacional (Rodríguez & Marín, 2018).

Además del beneficio directo al productor, **el PAI brinda abastecimiento al sector público costarricense, mediante la atención de las necesidades en temas de implementos industriales y productos agropecuarios.** Así pues, la pretendida oportunidad se genera, si se logra un beneficio para ambas partes, donde los productores logran posicionar sus productos y los consumidores (CNP, que a su vez lo distribuye entre las diferentes entidades públicas) obtienen un producto de calidad, librándose de licitaciones y, por lo tanto, ahorrándole recursos al Estado.

La dinámica entre compradores y vendedores recién descrita está definida mediante la ley N° 8700 publicada en la Gaceta N° 248 del 23 de diciembre de 2008 y el Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional que fue aprobado el 18 de mayo del 2017. En ambos casos se define lo siguiente:

El PAI ejecutará el abastecimiento y la distribución de todo tipo de suministros genéricos que sean requeridos por las entidades del sector público y que correspondan a los que están catalogados dentro de su tráfico ordinario, entendiéndose estos como los devenidos de la producción e industrialización de productos agropecuarios, pesqueros y acuícolas dando prioridad a aquellos provenientes de los micro, pequeños y medianos productores agropecuarios y agroindustriales, pesqueros y acuícolas de Costa Rica. (Ley N° 8700, 2008)

Asimismo, en el caso de la ley, lo que busca es aplicar algunas reformas a la Ley Orgánica del Consejo Nacional de Producción N° 2035, para hacer viable la implementación del PAI, mientras que el reglamento estipula los lineamientos que se deben de seguir en la aplicación del programa.

Aunado a esto, y como aspecto muy relevante, en el Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional se determina que el PAI es una actividad sin fines de lucro para el CNP. No obstante, se permite incluir un margen de operación al precio de los productos comprados para, posteriormente, vendérselos al cliente institucional. Entre algunos otros elementos, este reglamento indica una lista de productos autorizados para abastecer a las instituciones públicas, algunos

son: caña de azúcar y derivados, carnes frescas, despojos comestibles de animales, productos lácteos, cereales, hortalizas, legumbres, frutas, etc. (Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional del Consejo Nacional de Producción, 2020)

Más enfocado en la estructura responsable del manejo del PAI, se determina que debe de existir la Dirección de Abastecimiento Institucional (DAI) y la Comisión de Abastecimiento Institucional (COI). La primera se encarga de la administración de todos los componentes relacionados con la compra o venta del PAI, la segunda tiene como propósito la evaluación y fiscalización de las acciones realizadas por el DAI. (Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional del Consejo Nacional de Producción, 2020)

Es importante señalar que, hasta el año 2014, este programa se encontraba centralizado únicamente en la Gran Área Metropolitana. Sin embargo, a partir de este momento se regionalizó, con la finalidad de ampliar su cobertura y convertirse en lo que se conoce hoy en día (CNP, 2021).

Es también oportuno destacar que **con la llegada de la Pandemia del COVID-19, los sistemas de aprovisionamiento de emergencias, las entregas directas a las familias vulnerables de comida y de productos frescos, así como, la orientación de los comedores escolares como entidades que reparten a sus beneficiarios los productos en forma directa ha incrementado las ventas y las compras institucionales, generando volúmenes significativos del mercado local en distintos productos.**

En relación propiamente con el producto en análisis, **el frijol**, es necesario señalar algunos temas importantes respecto el mercado costarricense. Primeramente, este **se cosecha de manera más considerable en 3 regiones del país, la Brunca, la Chorotega y la Huetar Norte**. Segundo, en este mercado es posible identificar algunos actores que interactúan entre sí: los productores, los intermediarios, la industria que compra o importa, instituciones públicas, la academia y el consumidor. Idealmente, se espera que los diferentes participantes del mercado frijolero coordinen entre sí las acciones que realicen, sobre todo en el sector de institucional y académico, sin embargo, no siempre ocurre de esta manera. (Valerín, 2019)

Por otra parte, es de interés señalar algunos otros elementos. **Con la producción nacional de frijol, se logra suplir únicamente alrededor de una cuarta parte de la demanda existente**. La porción restante se satisface mediante la importación de producto (Hidalgo, 2018). Esta diferencia entre la demanda de frijol y la producción no ha sido siempre así, por el contrario, en el año de 1996 el país lograba satisfacer el 100% de su mercado, sin embargo, **en años recientes se ha presentado un decremento tanto en la cantidad producida como en la cantidad de productores**. Por consiguiente, este declive en el sector ha generado que la distribución tienda a centralizarse cada vez más en grandes empresas que comercializan frijol importado con un costo menor, generando distorsiones en el mercado. (Rubí Zeledón, y otros, 2020)

Con relación al tema de la importación de frijoles cuando se declara un desabasto, ocurre una situación interesante. En el cuadro 1, el cual detalla las

cuotas de importación de frijol rojo y negro según la industria, es posible observar la presencia de agrupaciones como la Asociación de Productores Comunidades Unidas en Veracruz, que cuentan con un porcentaje de importación del 18,1%, es decir, alrededor de 12 929 quintales. Lo que cabe resaltar es que, a pesar de que esta organización importa una cantidad considerable, en el paquete que se comercializa señalan que es producto 100% nacional. Esto genera indicios de que se puede estar presentando un fenómeno en el que algunas asociaciones importan frijoles y se lo venden al PAI como si fuese producido en el país, lo cual hace que estas organizaciones obtengan un mayor beneficio y, por otra parte, se esté dejando a pequeños productores fuera del programa.

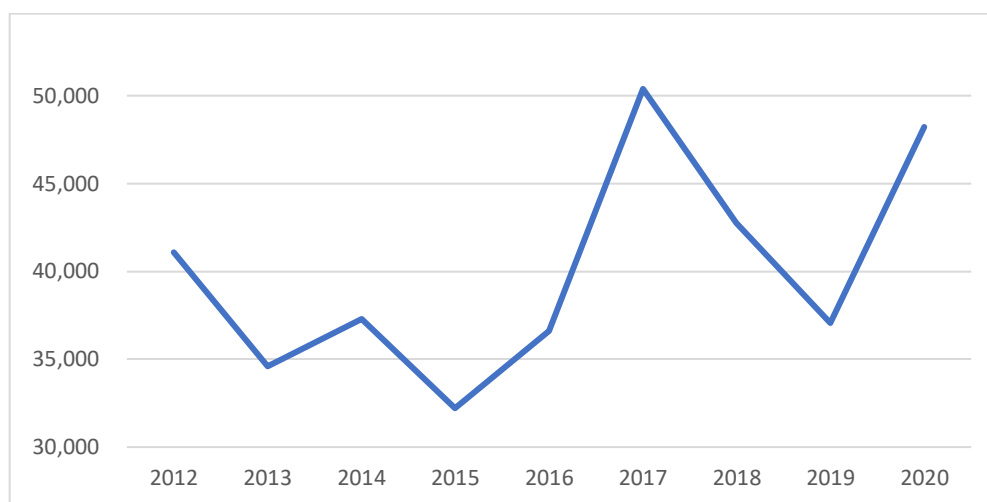
**Cuadro 1: Asignación de la cuota de importación de frijol rojo y negro según industria registrada, 2021-2022, en toneladas métricas.**

Industria	Cédula Jurídica	Porcentaje de asignación	Volumen asignado	Volumen asignado en quintales
Asoc. Productores Comunidades Unidas en Veracruz	3-002-127213	18,1%	594,77	12 929,68
C.C. Inversiones Agroindustriales S.A	3-101-172437	5,5%	180,73	3 928,91
Comercializadora Internacional de Granos Básicos S.A (SRL)	3-102-230643	0,6%	19,72	428,61
Compañía Arrocera Industrial S.A	3-101-020365	8,0%	262,88	5 714,77
Cooperativa de Productores Independientes en Liberia R.L	3-004-061893	3,3%	108,44	2 357,34
Corporación de Compañías Agroindustriales CCA (SRL)	3-102-085278	18,4%	604,62	13 143,98
Distribuidora el Armenio S.A	3-101-316261	8,6%	282,60	6 143,38
Empaque Agroindustriales S.A	3-101-149588	31,5%	1 035,09	22 501,93
Kani Mil Novecientos Uno S.A	3-101-220952	3,3%	108,44	2 357,34
Kalistro del Sur S.A	3-101-349322	2,7%	88,72	1 928,74
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>3 286,00</b>	<b>71 434,68</b>

Fuente: elaboración propia con datos del CNP según Base Datos CLAUDES.

Por otra parte, en el gráfico 1 se logra mostrar cómo, a pesar de que ha fluctuado de manera importante, en promedio ha sido necesario importar más de 40,000 toneladas de frijoles anuales para satisfacer la demanda interna. Igualmente, de manera de contraste, en el gráfico 2 se detalla la producción de frijoles en Costa Rica desde el 2012 hasta el 2021, la cual se ha comportado cambiante en algunos años, pero no sobrepasa las 16,500 toneladas.

**Gráfico 1: cantidad de toneladas importadas a Costa Rica del periodo 2012 a 2020**

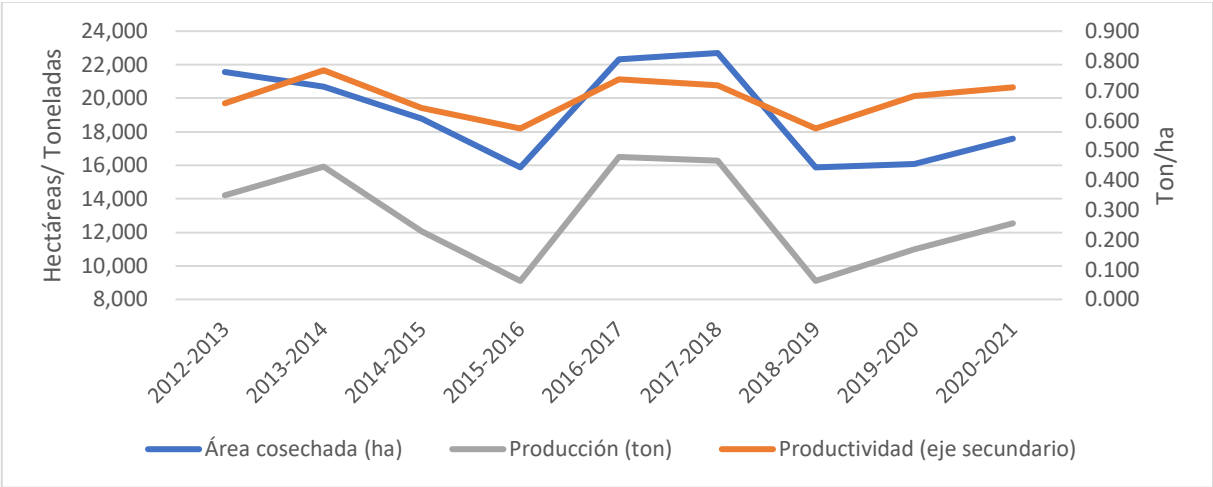


Fuente: elaboración propia con datos del CNP.

Con relación a lo anterior, la producción en los años más recientes ha sido bastante irregular. En el gráfico 2 se observa cómo tanto el área cosechada, la producción y la productividad ha fluctuado de manera importante en el periodo 2012 a 2021. Sin embargo, lo que se puede destacar, principalmente, **es cómo las**

variables de área cosechada y producción han tenido una tendencia negativa, mientras que la productividad ha logrado incrementarse ligeramente durante este periodo.

**Gráfico 2: Área cosechada (ha), producción (ton) y productividad (ton/ha) en Costa Rica del 2012 al 2021**

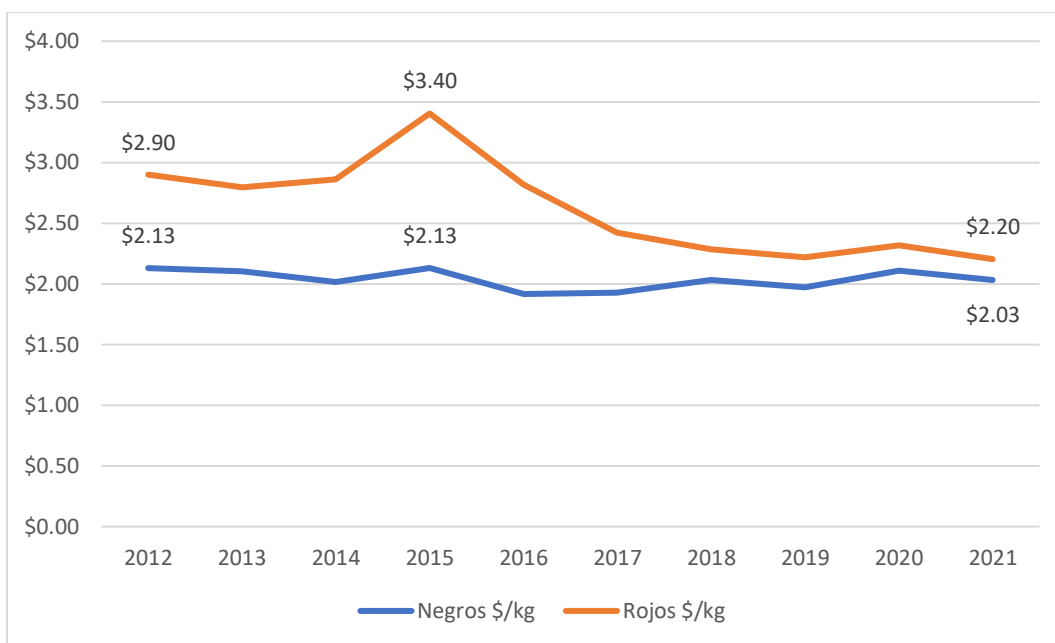


Fuente: elaboración propia con datos del CNP.

Con relación al precio de un kilogramo de este producto en dólares, en el gráfico 3 se muestran las fluctuaciones en los últimos 9 años. Como bien se observa, a partir del año 2015 se ha presentado un decrecimiento, ubicándose en un precio por debajo del existente en el 2012. Esta disminución podría estar explicada por el incremento en la cantidad de frijol importado (menor costo de producción), el cual aumentó de manera importante en el periodo 2015-2017 y posteriormente se ha mantenido fluctuante. **Para el mes de junio del presente año el precio del frijol**

rojo ronda los \$2.2, mientras que el negro tuvo un valor de \$2.03, lo que convirtiéndolo en colones ronda los 1375 colones y los 1259 colones aproximadamente.

**Gráfico 3: Comportamiento de los precios de los frijoles negros y rojos del 2012 al junio 2021, dólares por kilo.**



Fuente: elaboración propia con datos del CNP.

## **Análisis en el marco del Programa de Abastecimiento Institucional**

---

Una vez que se ha detallado en qué consiste el PAI y sus implicaciones tanto para los productores y consumidores, se procedió a aplicar encuestas a las diferentes partes involucradas en el proceso, esto con la finalidad de conocer a fondo si este programa está cumpliendo con sus objetivos. Dentro de los actores que se tomarán en cuenta en el análisis están, productores frijoleros, asociaciones de productores de frijoles, las autoridades del CNP y a las Juntas de Educación, quienes están directamente involucradas con la gestión de los comedores escolares. Es decir, se valorará las perspectivas de toda la cadena de valor, considerando para este caso, a los comedores como consumidor final y a los productores como el primer segmento de la cadena.

Inicialmente, lo que se busca obtener es una perspectiva amplia que permita conocer a los diferentes actores involucrados en la cadena de valor del frijol, para así contrastar las opiniones y datos que permitan determinar si el PAI funciona de manera correcta o si existe algún área de mejora.

Respecto a la manera en la cual este programa determina los precios de venta de los diferentes productos, se utiliza un mecanismo en el cual se contemplan dos componentes. El primero de ellos es el costo de compra (CC) que se le debe de pagar al proveedor, los cuales hace referencia a los precios finales de la cadena de costos y que deben de ser razonables respecto a los precios de mercado. El segundo elemento que se toma en cuenta es el margen de operación del CNP, es decir, el gasto en el cual debe de incurrir esta institución en la gestión del PAI.

(Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional del Consejo Nacional de Producción, 2020)

## **Resultados del trabajo de Campo**

- [Productores de frijol](#)

Los primeros agentes que se analizarán son los productores, para lo cual se tomó una muestra de 40 encuestados de diferentes regiones del país. Este formulario se comenzó a aplicar el día 17 de marzo del 2021 y se completaron de recolectar la totalidad de respuestas el 7 de abril del 2021. Además, se optó por aplicar dicha encuesta mediante una plataforma digital, en la cual cada participante podía acceder mediante un enlace que se le enviaba previamente.

En términos generales, la encuesta está constituida por 22 preguntas de diferente índole, dicho formulario es posible encontrarlo en el anexo 1. De manera de resumen, contaba con dos grandes secciones, la primera relacionada y enfocada a realizar un diagnóstico general de cada uno de los productores, en la segunda se realiza una valoración sobre la importancia que tiene el PAI para los diferentes productores consultados.

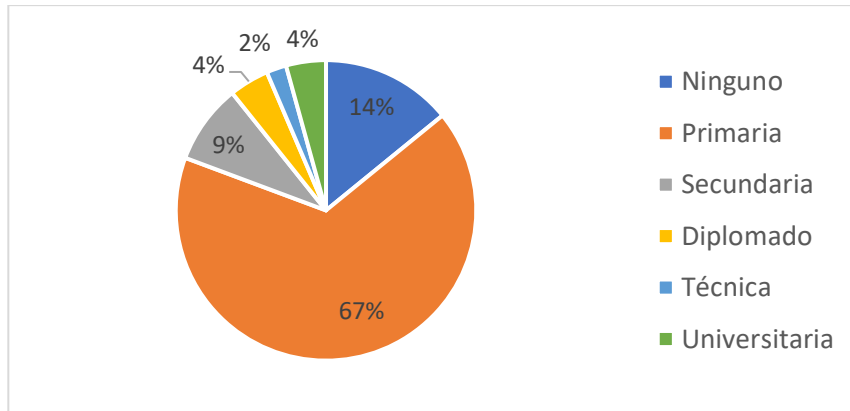
Con relación los productores que se seleccionaron, es importante señalar que la muestra fue elegida por conveniencia y según la disponibilidad de la información. Asimismo, el tamaño de la muestra tampoco se puede considerar estadísticamente significativa, sin embargo, permite conocer los puntos de vista de productores de distintas regiones del país.

- Diagnóstico general

Primeramente, con base a los datos recolectados se logró realizar un diagnóstico básico y general de una muestra de productores de frijol del país. Dentro de algunos de los aspectos que es posible concluir es que, en promedio, los productores de frijol analizados cuentan con un terreno de alrededor de 14 hectáreas y una producción de 115 quintales en el último año. Sin embargo, se pudo notar que la muestra de productores en análisis es bastante heterogénea, ya que se presentaron productores con terrenos desde 1 hectárea hasta 100 hectáreas y una desviación estándar de 20.5 hectáreas. De igual manera, este mismo fenómeno de heterogeneidad se presentó en los quintales cosechados, donde los agricultores más pequeños cuentan con cosechas de 12 quintales en el último año y, en el caso opuesto, aquellos que son más grandes llegaron a producir hasta 900 quintales. En este caso, la desviación estándar es de 148 quintales.

En el caso del nivel académico de los productores, en el gráfico 4 se muestra una clara tendencia en la que los productores de frijol no cuentan con estudios técnicos o universitarios. En concreto, se concluyó que el 67% de los encuestados únicamente cuentan con el nivel de primaria finalizado y un 14% dice no tener ningún nivel educativo concluido. Lo que resulta relevante es que solamente el 4% de los productores cuenta con un título universitario, lo cual evidencia la tendencia antes mencionada.

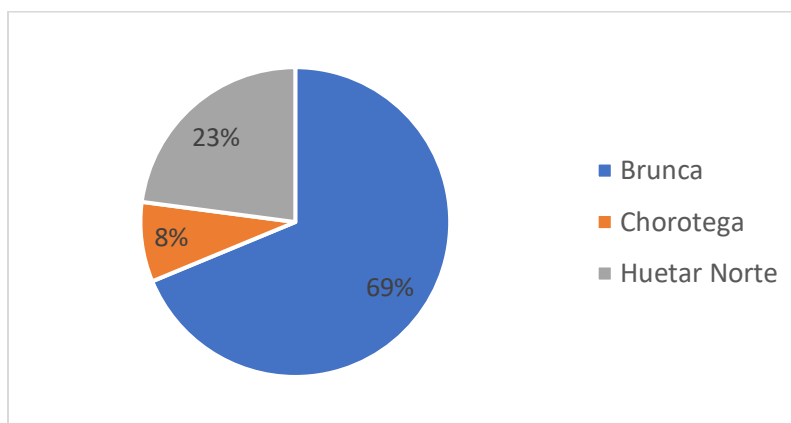
**Gráfico 4: Distribución del nivel de educación más alto terminado en los productores de frijol.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

En cuanto a las zonas del país donde se focaliza la producción del frijol, con base a los encuestados, este producto se cosecha en tres de las regiones de Costa Rica, estas son: Huetar Norte, Chorotega y Brunca. Como bien se representa en el gráfico 5, el frijol se cosecha de manera más importante en la región Brunca, con el 69% de los productores, seguido de la región Huetar Norte y por último la región Chorotega.

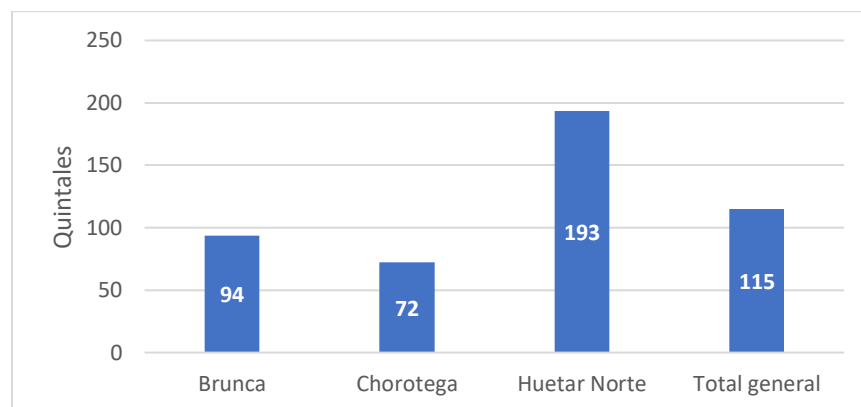
**Gráfico 5: Distribución porcentual de los productores de frijol por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

A pesar de ser la región Brunca la que cuenta con una mayor cantidad de productores, los productores de la región Huetar Norte, en promedio cosechan más cantidad de quintales por año que las demás regiones, tal y como lo muestra el gráfico 6. Esto lo que quiere decir es que los productores de la Huetar Norte cuentan con terrenos más grandes dedicados a la producción de frijol que las demás regiones.

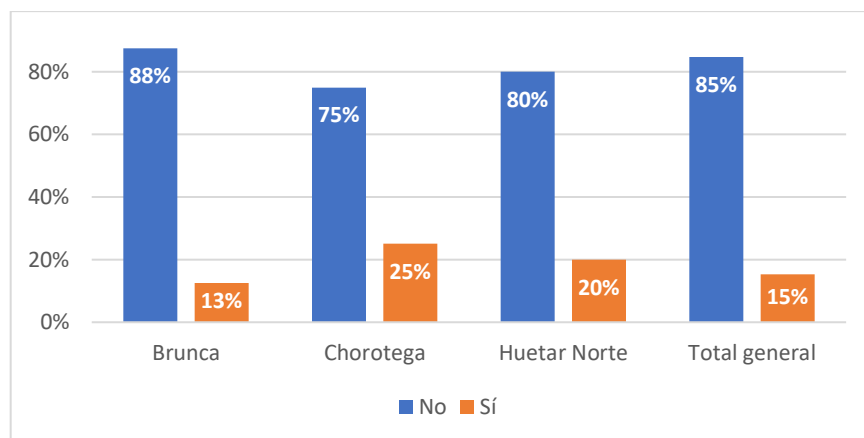
**Gráfico 6: Promedio de cosecha de frijol por productor y por región en el último año.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Como parte del diagnóstico realizado, quedó en evidencia que, la gran mayoría de los productores en el país a pesar de no contar con formación académica, no reciben ningún tipo de asistencia técnica por parte de ningún ente. Esta situación se representa en el gráfico 7, en el cual se observa que el 85% de los productores encuestados dicen no recibir ningún tipo de ayuda técnica. No obstante, del 15% que sí recibe asistencia, el 67% la recibe del Ministerio de Agricultura y Ganadería y el restante 33% de otros entes. Además, esta tendencia se observa reflejada de una manera similar en todas las regiones.

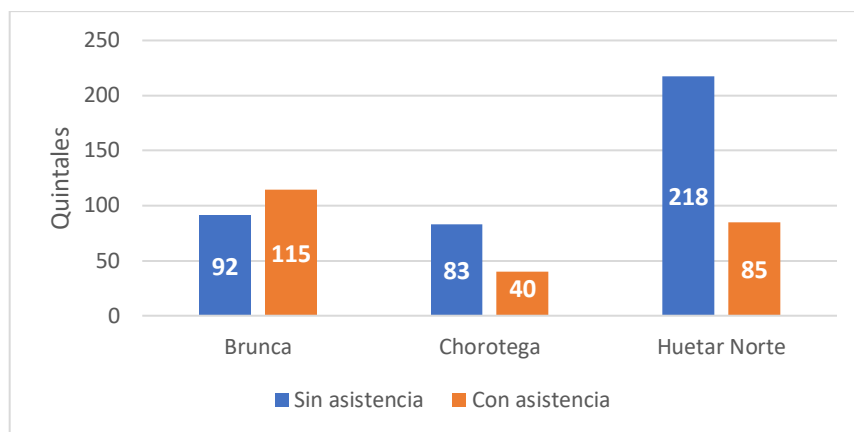
**Gráfico 7: Porcentaje de productores que reciben asistencia técnica por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Relacionado con lo anterior, a pesar de que los productores no suelen recibir asistencia técnica, esta condición no afecta en gran medida la capacidad de producción. Por el contrario, el gráfico 8 representa que en la región Chorotega y Huetar Norte, aquellos que no cuentan con asistencia producen una mayor cantidad de quintales de frijol que quienes sí reciben este beneficio. En el caso de la región Brunca, los productores con asistencia sí producen una cantidad de quintales mayor que quienes no reciben.

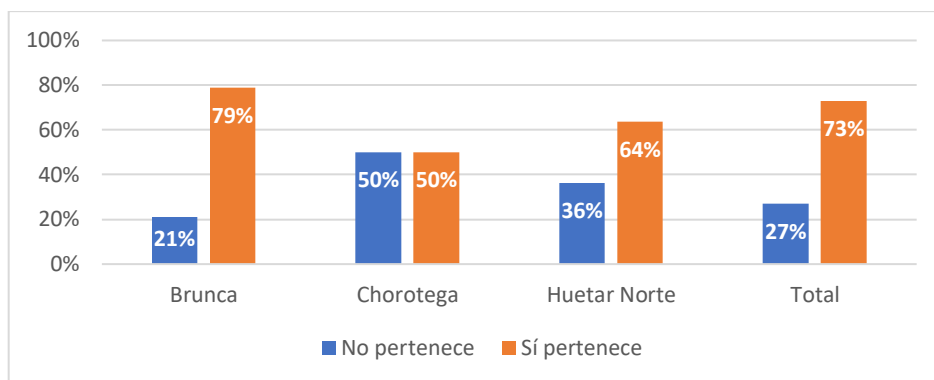
**Gráfico 8: Cosecha promedio por productor y por región según si reciben asistencia técnica.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

En el tema de asociaciones de productores, se observó una inclinación por parte de los productores por formar parte de una asociación, donde de manera global, un 73% sí pertenece a una asociación de productores. Sin embargo, si se analiza de manera regional, la región Brunca y Huetar Norte cuentan con un mayor porcentaje de productores que pertenecen a asociaciones, mientras que en la región Chorotega la mitad dice no pertenecer a ninguna agrupación de esta naturaleza. Aquellos que sí forman parte de una asociación, mencionan que algunos de los beneficios que obtiene es que les proporcionan una venta segura, ayudan con insumos, ofrecen mejores precios, dan la posibilidad de acceso a créditos, ayudan con el secado y generan una estabilidad en los precios.

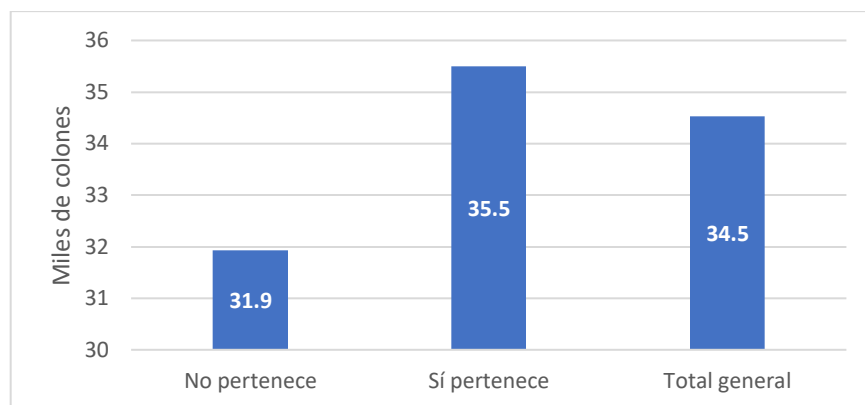
**Gráfico 9: Porcentaje de productores que pertenecen a una asociación de productores por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Otro de los puntos analizados con los datos obtenidos es qué tanto impacta en el precio por quintal el pertenecer a una asociación de productores. Así pues, en el gráfico 10 se ilustra que aquellos productores que pertenecen a una asociación venden cada quintal a un precio de ₡35.500, es decir, un 11% más que aquellos que no pertenecen a ninguna asociación. Por lo tanto, si bien esta correlación entre las variables no explica todas las causas que determinan un precio, se podría llegar a intuir que el pertenecer a una asociación puede jugar un rol importante.

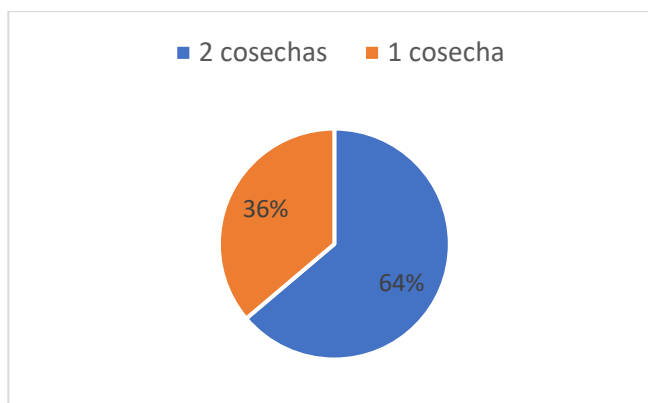
**Gráfico 10: Precio promedio por quintal según si pertenece a una asociación de productores.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Por un lado, no existe una única corriente sobre la cantidad de cosechas de frijol que se realizan al año. Es decir, como se refleja en el gráfico 11, la mayoría considera que es más beneficioso realizar dos cosechas al año, una en el primer trimestre del año y la siguiente en agosto-setiembre. Sin embargo, un porcentaje importante de los productores no lo realizan de esta manera, sino que realizan una única cosecha al inicio del año.

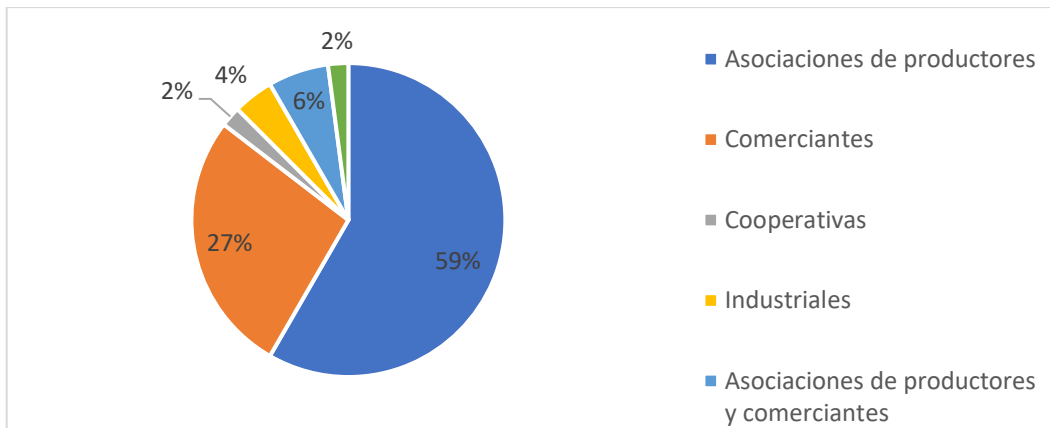
**Gráfico 11: Cantidad de cosechas al año realizadas por los productores de frijol.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Por otro lado, cabe resaltar a cuáles instituciones o empresas los productores le venden sus cosechas. Según el gráfico 12, la mayor parte de productores únicamente le venden su cosecha a las asociaciones de productores a las que pertenecen, un 27% se la venden a comerciantes, un 2% a cooperativas y un 4% a industriales. De igual forma, algunos productores no venden su cosecha a una única organización o empresa, sino que cuentan con diferentes compradores. En concreto, el 6% le venden tanto a asociaciones de productores como a comerciantes y un 2% a comerciantes e industriales.

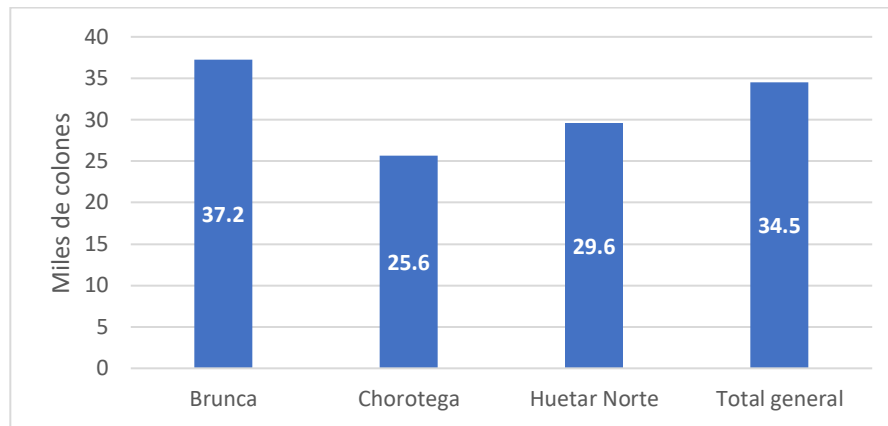
**Gráfico 12: Organizaciones a quienes los productores de frijol venden sus cosechas.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Como parte final del diagnóstico general realizado, una de las variables valoradas dentro de la encuesta fue el precio al cual los productores de frijol vendieron su última cosecha. En el gráfico 13 se denota cómo el precio por quintal es mayor en la zona Brunca, seguida de la Huetar Norte y por último la Chorotega. Además, el promedio general del país por quintal es de ₡34.500.

**Gráfico 13: Promedio del precio por quintal de la última cosecha por región.**

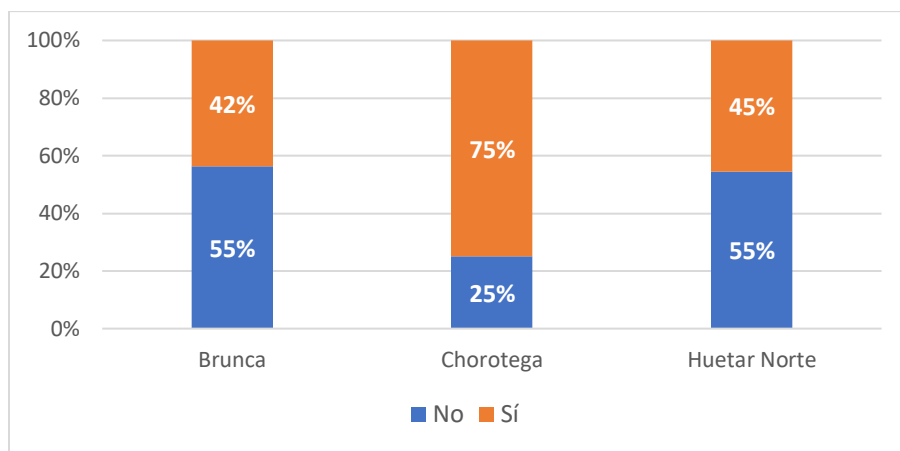


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

- Importancia del Programa Abastecimiento Institucional (PAI)

Una vez realizado el diagnóstico general sobre las principales características de los productores de frijol, se analizará qué tanto conocimiento tiene los productores sobre el PAI y si este ha impactado en las diferentes variables en análisis. Así pues, **como punto de partida se le preguntó a los encuestado si habían escuchado sobre el PAI, de lo cual resultó que tanto en la región Brunca como en la Huetar Norte, alrededor del 55% de los productores nunca habían escuchado información sobre este programa. Por otra parte, en la región Chorotega el 75% de los encuestados sí conocían del PAI.**

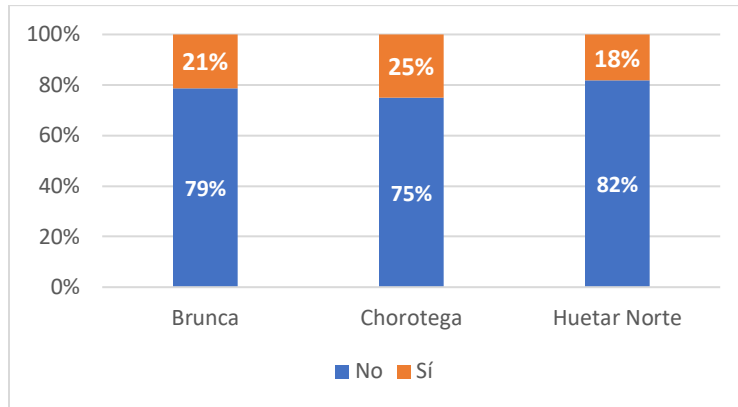
**Gráfico 14: Porcentaje de productores que han escuchado sobre el PAI por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Seguidamente, tal y como se ilustra en el gráfico 15, los productores de frijol en su mayoría y en todas las regiones, dicen que no cuentan con ningún tipo de relación con el PAI. En el caso de aquellos que sí mantienen relaciones con el PAI, especifican que es por medio de las asociaciones, no de manera directa. Así pues, cabe la posibilidad de que aquellos que dicen que no tienen relación alguna con el PAI, en realidad, de manera indirecta y por medio de la asociación, sí tengan algún vínculo, pero no estén enterados de esta situación.

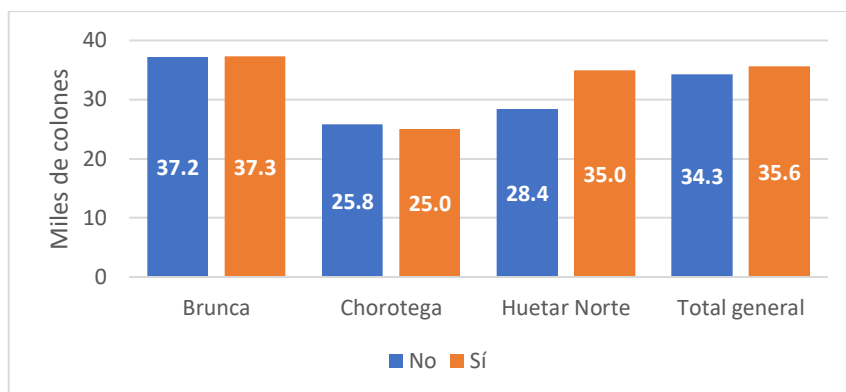
**Gráfico 15: Porcentaje de productores que tiene alguna relación con el PAI por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

En algunos de los casos, los encuestados que estaban enterados sobre el PAI, mencionaban que este programa solía ofrecer un precio por quintal más elevado de los normal. Sin embargo, en el gráfico 16 no se ve reflejada esta situación, sino que los precios a los que los productores que están relacionados con el PAI vendieron sus cosechas es muy similar al precio que vendieron aquellos productores que no cuentan con ninguna relación. El único caso en el que se observa una ligera diferencia es en la región Huetar Norte, donde el precio por quintal de los productores relacionados con el PAI sí es ₡6.500 superior.

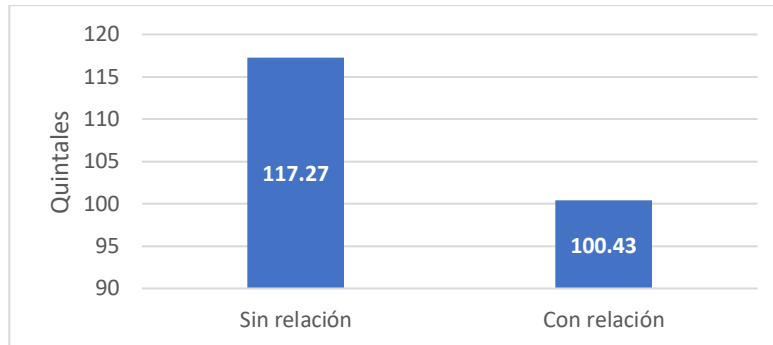
**Gráfico 16: Precio promedio por quintal y por región según si el productor tiene relación con el PAI.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

Por último, se analizó el impacto que ha tenido el PAI en la cosecha de los productores mediante el gráfico 17, donde se observa la cantidad de quintales producidos por quienes tienen algún tipo de relación con el PAI y quienes no. Como resultado preliminar, es notable que los productores sin relación con el PAI producen una mayor cantidad de quintales de frijol. Esto se podría relacionar con la naturaleza del PAI, el cual consiste en un programa para colaborar con el desarrollo de los pequeños y medianos productores. Por lo tanto, esta podría ser una de las causas de que el promedio de producción de los productores que tienen una relación con el PAI es menor. No obstante, para confirmar esta hipótesis es necesaria más información.

**Gráfico 17: Cosecha promedio por productor según si tiene relación con el PAI.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a los productores de frijol.

### **Principales hallazgos**

En síntesis, basados en los datos proporcionados por los encuestados y en términos globales, **es posible deducir que se debe de informar más a los productores sobre la existencia e implicaciones del PAI, ya que existe un porcentaje importante de ellos que no tienen ningún conocimiento sobre este programa.** Por otra parte, en cuanto a los precios de venta, se observó que, en primera instancia, estos no se ven impactados por el PAI. Sin embargo, **es posible que, debido a que el PAI comercia y negocia con las asociaciones y no directamente con el productor, las respuestas sobre si se tiene algún vínculo con el programa no sean del todo correctas.**

De igual forma, respecto al cumplimiento de uno de sus principales objetivos, el cual es apoyar a los pequeños productores agrícolas, **al menos para el caso del**

**frijol, se podría determinar que el Programa de Abastecimiento Institucional sí está cumpliendo. Esta situación se puede reflejar en el gráfico 17, en el cual se demuestra que los productores más pequeños son quienes dicen tener alguna relación con el PAI.**

- **[Asociaciones de productores de frijol](#)**

En el caso de las asociaciones de productores de frijol, se aplicó una encuesta que contaba con 23 preguntas, de las cuales 9 son de respuesta abierta y las restantes de respuesta cerrada. Asimismo, 12 asociaciones de distintas regiones del país y de diversos tamaños, fueron las participantes. La selección de dichas asociaciones se realizó por conveniencia, al igual que el caso de la encuesta a los productores. En el caso del formulario, se puede encontrar en el anexo 2 y la lista de las asociaciones en el anexo 3.

El método de aplicación utilizado fue por medio de una plataforma digital, a la cual se podía acceder es mediante un enlace que se le hizo llegar a las diferentes organizaciones. El periodo de aplicación de la encuesta fue de 8 días, específicamente del 21 de abril al 28 de abril del presente año. Además, aproximadamente los participantes tardaron 10 minutos en completarla.

Al igual que la encuesta a los productores, en este caso se planteó el objetivo de obtener información relacionada con las características de cada una de las asociaciones y, posteriormente, hacer un enfoque al funcionamiento y la importancia del PAI para cada uno de los participantes. Es por esto por lo que las

preguntas se podrían dividir en dos grandes grupos, el primero de ellos dirigido a aspectos generales de las asociaciones y el siguiente relacionado con aspectos del PAI.

En ese sentido, se comenzará con un breve resumen de los respuestas y características que se lograron recopilar con la encuesta aplicada sobre las asociaciones, además, estas se organizaron según su cantidad de agremiados. Seguidamente, se realizará un análisis agregado de los resultados para observar tendencias y comportamientos según la región de procedencia.

- Resumen por asociación

*Centro Agrícola Cantonal de Los Chiles (CAC Los Chiles)*

CAC de los Chiles agrupa la mayor cantidad de productores de frijol, con una cantidad de 577 asociados. Esta asociación se fundó en el año 1979 en la región Huetar Norte, en el cantón de Los Chiles. Los servicios brindados a sus agremiados es la negociación con entes del sistema bancario nacional, el sistema de banca para el desarrollo y con el CNP. De igual forma, los requisitos que se le solicitan a los integrantes son el pago de la mensualidad y la participación en las asambleas. De la misma forma, esta asociación recibe servicios por parte del CNP, los cuales son el financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores.

Por otra parte, la última cosecha el Centro Agrícola Cantonal de Los Chiles la compró a un precio de 35.000 colones por quintal y le vendió el producto al PAI. Es importante destacar que la asociación hace una diferenciación para la compra

según las características de tamaño de los agricultores. Asimismo, la organización considera importante y le gustaría tener o gestionar los servicios de crédito y apoyo legal, administrativo y logístico. Finalmente, el encuestado calificó con un 4 al PAI, siendo el 5 la máxima calificación.

*Asociación de Productores y Comunidades Unidas en Veracruz*  
(ASPROVERACRUZ)

ASPROVERACRUZ está ubicada en el cantón de Pérez Zeledón en la región Brunca y fue creada en el año 1992. Además, esta asociación es una de las que cuenta con mayor cantidad de agremiados, actualmente presenta 350 asociados, de los cuales 10 son mujeres, y alrededor de 300 se dedican a la producción frijolera. Es importante señalar que el 90% de los frijoleros afiliados lograron vender su cosecha, ya sea de manera parcial o total, a la asociación. Algunas de las ventajas de las que gozan los integrantes son el acceso a maquinaria y equipo, mercadeo de la cosecha y la colaboración en la etapa post cosecha. No obstante, los requisitos para ser agremiado es pagar la cuota de ingreso, anualidad y participar en las asambleas. Por otro lado, esta asociación recibe asistencia técnica, financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha de los agricultores por parte del CNP.

La asociación en análisis compra los frijoles a los productores a un precio de 40.000 colones por quintal y se la vende al mercado nacional, supermercados y al PAI, no obstante, recibe el mejor precio a través del PAI, el cual ronda los 51.000

colones. Además de las ventajas que ya proporciona esta asociación a sus agremiados, ellos consideran que es importante hacer las gestiones para facilitar créditos y una asistencia técnica a los agricultores. Finalmente, hicieron una valoración con respecto al PAI de 3, donde 5 era la calificación más alta.

### *Asociación de Productores Agropecuarios de El Águila de Pejibaye*

Esta asociación se creó en el año 1995 en la región Brunca, en específico en el cantón de Pérez Zeledón. Asimismo, en la actualidad se encuentra enfocado a los cultivos de maíz y frijol, con un total de 226 agremiados activos, de los cuales 180 se dedican a la producción frijolera. De la totalidad de productores, únicamente 26 son mujeres, las cuales obtienen una ventaja especial con el empaque. También, en la última cosecha, el 100% de los frijoleros lograron vender su producto, ya sea total o parcial, a la asociación. Por otra parte, la Asociación de Productores Agropecuarios de El Águila de Pejibaye brinda las facilidades de acceso a maquinaria y equipo, mercadeo de la cosecha, asistencia técnica y crédito, y en cuanto a los servicios que la asociación recibe del CNP está el financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores.

Algunos de los requisitos con los que cuentan los agremiados es el pago de la cuota de ingreso, asegurar la entrega total de la cosecha, participar en asambleas y el pago de la anualidad. De igual manera, la presente asociación compró el producto en la última cosecha a un precio de 40.000 colones el quintal, vendiéndoselo al PAI por un precio de 51.000 colones. A pesar de los beneficios

que ya otorga esta organización a sus integrantes, le gustaría tener o gestionar algunos otros como: crédito, asistencia técnica, capacitación, compra de maquinaria y equipo, esquemas de aval para la compra de las cosechas mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación y apoyo legal, administrativo y logístico. Por último, de manera general calificaron al PAI con un 4 de 5.

#### *Asociación de Pequeños Productores de Buenos Aires (ASOPROCOBA)*

ASOPROCOBA es una asociación perteneciente a la región Brunca y al cantón de Buenos Aires, enfocada a los cultivos de frijoles y maíz y que se fundó en el año 1993. De sus 136 agremiados activos, 100 se dedican a la producción de frijol. De la totalidad de afiliados, únicamente cuenta con 16 mujeres, las cuales no tienen ningún tipo de ventaja sobre los demás. Como aspecto positivo, el 100% de los frijoleros lograron vender su última cosecha de manera parcial o total a la asociación. Los principales servicios brindados por ASOPROCOBA está el acceso a maquinaria y equipo, mercadeo de la cosecha, asistencia técnica, crédito y colaboración en la etapa post cosecha. En cuanto a los requisitos necesarios para formar parte de la presente organización está la cuota de ingreso y la participación en asambleas. Además, dentro de la encuesta, se señaló que esta asociación forma parte de un grupo organizado superior. Respecto al CNP, ASOPROCOBA indica que el único servicio que recibe es la asistencia técnica.

Por otra parte, esta organización compró la última cosecha de frijoles a los productores por un precio de 37.000 colones por quintal, donde no existe una diferenciación en la compra según el tamaño del agricultor. Regularmente, esta asociación vende su cosecha al PAI a un precio de 52.000 colones por quintal, debido a que recibe un mejor precio que si lo vendiera a terceros comerciantes o empresas de la región. Relacionados con los servicios que le gustaría tener o gestionar como asociación, se señaló: crédito, asistencia técnica, capacitación, compra de maquinaria y equipo, esquemas de aval para la compra de las cosechas, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación y apoyo legal, administrativo y logístico. Para concluir, ASOPROCOBA calificó con un 4 al PAI, siendo 5 la valoración máxima.

*Cooperativa de Productores de Granos Básicos del Progreso de Pejibaye de Pérez Zeledón (COPESEPROMA RL)*

COPESEPROMA RL es una cooperativa creada en el año 2014 en la región Brunca, en el cantón de Pérez Zeledón, conformada por productores de frijol y maíz. Concretamente, cuenta con 109 asociados, de los cuales 9 son mujeres, además, 80 de los 109 se dedican al cultivo del frijol. Cabe destacar que las mujeres sí presentan una ventaja especial, la cual consiste en una ayuda con el empaque. De la totalidad de productores frijoleros, el 100% logró vender su última cosecha de manera parcial o total a la asociación. Algunas de las ventajas que brinda pertenecer a esta cooperativa está el acceso a maquinaria y equipo, mercadeo de la cosecha

y asistencia técnica. Para formar parte de la presente organización es necesario cumplir con los requisitos de la cuota de ingreso, la mensualidad y la participación en las asambleas.

De igual manera, la asociación encuestada indicó que recibe servicios del CNP como por ejemplo financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores y apoyo para la gestión post cosecha. Con respecto a la cosecha, COPESEPROMA RL compró la última cosecha de frijoles a sus productores por un precio de 41.000 colones por quintal y, este producto comprado, normalmente suele vendérselo al PAI por un valor de 53.550 colones por quintal, siendo este el mejor precio si se compara con terceros comerciantes o empresas de la región. Asimismo, algunos de los servicios que le gustaría tener o gestionar a la presente asociación están: asistencia técnica capacitación, compra de maquinaria y equipo, esquemas de aval para la compra de las cosechas, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación, apoyo legal, administrativo y logístico y un mayor flujo de caja. Por último, COPESEPROMA RL calificó con un 5 al PAI, es decir, con la máxima calificación posible.

#### *Cooperativa Industrial del Servicios Múltiples El Porvenir (PRODICOP)*

PRODICOP es una asociación fundada en el año 2010, en la región Huetar Norte, en el cantón de Upala. Dentro de los cultivos en los que se enfoca esta cooperativa son el frijol, plátano, tiquisque y chayote, sin embargo, el frijol representa el 70% de sus agremiados activos, es decir, alrededor de unos 76

productores de un total de 108. Esta asociación presenta 27 productores mujeres, de las cuales no cuentan con ninguna ventaja adicional o especial. De los 76 productores frijoleros, 60 de ellos lograron vender su cosecha de manera parcial o total a la asociación en la última cosecha. Respecto a los servicios que brinda esta asociación están: mercadeo de la cosecha, asistencia técnica y colaboración en las etapas post cosecha. De igual forma, los agremiados deben de cumplir con el pago de la cuota de ingreso y de la anualidad. A su vez, PRODICOP sí pertenece a una federación de asociaciones.

Igualmente, recibe servicios del CNP como el apoyo para la gestión post cosecha, es decir, almacenamiento y transporte. Respecto al precio, la asociación le compró el producto a sus asociados frijoleros a un precio de 30.000 colones por quintal y estas se lo vendieron al PAI a un precio de 31.000-32.000 colones por quintal. Este precio ofrecido por el PAI representa una mejor oferta que si negociaran con terceros comerciantes o empresas de la región. No obstante, PRODICOP suele vender su producto a CEPROMA. Algunos de los servicios que le gustaría tener o gestionar a la presente asociación son la compra de maquinaria y equipo, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación y apoyo legal, administrativo y logístico. Por último, esta cooperativa califica con un 4 al PAI.

#### *Asociación de Productores Guagaral*

La Asociación de Productores Guagaral fue fundada en la región Brunca en el año 1996 y hoy en día cuenta con 97 agremiados activos, de los cuales 72 se

dedican a la producción frijolera y los restantes al cultivo del maíz. De los 97 integrantes, 15 de ellas son mujeres. Es importante señalar que el 90% de los frijoleros lograron vender su última cosecha, ya sea parcial o total, a la asociación. Algunos de los principales servicios que brinda esta asociación es el acceso a maquinaria y equipo, el mercadeo de la cosecha, el crédito y la colaboración en la etapa post cosecha. Por otra parte, es necesario cumplir con ciertos requisitos para formar parte de la agrupación, los cuales son: cuota de Ingreso, asegurar entrega total de la cosecha, participar en asamblea y anualidad. Respecto a los servicios que recibe de parte del CNP, estos únicamente son el financiamiento y el apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores.

En cuanto a la cosecha, esta es comprada por la Asociación de Productores Guagaral a sus agremiados por un precio de 33.000 colones por quintal y, a su vez, la asociación le vende el producto a Walmart, el PAI y Veracruz, de los cuales el PAI proporciona el mejor precio, unos 51.000 colones por quintal. Algunos servicios que le gustaría tener o gestionar a la presente asociación son: crédito, asistencia técnica, compra de maquinaria y equipo, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación y apoyo legal, administrativo y logístico. Finalmente, esta organización le otorga una calificación de 3 al PAI, siendo el 5 la máxima posibilidad.

*CEPROMA Llano Bonito*

Para el caso de esta asociación, se encuentra ubicada en la región Huetar Norte, en el cantón de Upala e inicia operaciones en el 2004. En cuanto a los productos, se enfoca específicamente en el arroz, el maíz y el frijol, sin embargo, el frijol representa 63 agremiados de un total de 90-95. A pesar de no contar con una cantidad excesiva de asociados, sí tiene un número considerable de asociadas mujeres, específicamente 40. Además, esta asociación brinda algunos servicios como comercialización y financiamiento de la semilla. De igual forma, el único requisito que se debe de cumplir para formar parte de esta organización es pertenecer a un sistema de comisión bipartita. Respecto al CNP, la asociación recibe el servicio de financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores.

#### *Asociación de Productores de Pueblo Nuevo*

La Asociación de Productores de Pueblo Nuevo se encuentra ubicada en la región Huetar Norte, en el cantón de Upala y fue fundada en el año 1993. Actualmente, cuenta con 70 agremiados activos, los cuales se encargan de la producción de chile picante, maíz y frijoles. De los 70 agremiados activos, existen 14 que son mujeres y que no cuentan con ningún tipo de ventaja especial. Como aspecto importante de resaltar está que el 100% de los productores frijoleros lograron vender su última cosecha de manera parcial o total a la asociación. Algunos de los servicios que brinda esta asociación a sus agremiados es el acceso a maquinaria y equipo, mercadeo de la cosecha, asistencia técnica. Sin embargo,

para gozar de estos beneficios se deben de cumplir con los requisitos de participar en asambleas e inscribirse al Ministerio de Hacienda. A diferencia de algunas otras, la Asociación de Productores de Pueblo Nuevo no pertenece a ningún grupo organizado superior. Además, dentro de la encuesta, esta asociación señala que no recibe ningún servicio por parte del CNP.

En cuanto a las cosechas, la presente asociación compró el producto frijolero por un precio de 30.000-35.000 colones por quintal en la última cosecha, sin establecer algún tipo de diferenciación con los productores de mayor tamaño. Normalmente, este producto comprado lo suelen vender a SEMPROMA Upala y al PAI, recibiendo un mejor precio a través del PAI que a través de terceros comerciantes o empresas de la región. Específicamente, el precio de venta al PAI es de 35.000 colones por quintal. Además, a esta asociación le gustaría brindar los servicios de crédito, asistencia técnica, capacitación, compra de maquinaria y equipo, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación, apoyo legal, administrativo y logístico. Por último, de manera general, la Asociación de Productores de Pueblo Nuevo valoró con un 2 el PAI.

#### *Centro de Procesamiento y Mercadeo de Alimentos, CEPROMA Valle de Orosi*

El Centro de Procesamiento y Mercadeo de Alimentos del Valle de Orosi se fundó en el año 2010, en la región Chorotega. Actualmente, CEPROMA cuenta con 22 agremiados que están enfocados a la producción de maíz, arroz y frijol, pero con un mayor énfasis al frijol, ya que 15 de los agremiados son frijoleros. Por otra parte,

el 50% de los frijoleros lograron vender su última cosecha, ya sea de manera parcial o total, a la asociación. Con relación a los servicios que la asociación le brinda a los frijoleros están, el mercadeo de la cosecha, negociación con entes del sistema bancario nacional, el sistema de banca para el desarrollo o en el CNP y la colaboración en la etapa post cosecha. A diferencia de las demás organizaciones encuestadas, CEPROMA no cuenta con ningún requisito para sus asociados. Con relación al CNP, este le brinda servicios como la asistencia técnica, el financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores y el apoyo para la gestión post cosecha.

En el tema de la cosecha, la asociación compró la última producción por un precio de 30.000-35.000 colones por quintal. Cabe resaltar que esta organización hace una diferenciación en la compra según el tamaño del agricultor. Por otra parte, CEPROMA vende el producto al PAI a un precio de 51.000 colones el quintal. Como último punto, la presente organización considera importante la gestión para poder brindar servicios como crédito, compra de maquinaria y equipo, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación y apoyo legal, administrativo y logístico. La calificación dada al PAI por parte de esta organización fue de 4.

#### *Asociación Nicoya Juan Díaz*

A manera de resumen, la Asociación Nicoya Juan Díaz está localizada en la región Chorotega, en el cantón de Nicoya y se encuentra enfocada en la producción de frijol, café, naranja y hortalizas. En total, cuenta con 20 agremiados, de los cuales

solamente 3 son mujeres. Para formar parte de esta asociación, únicamente es necesario la entrega del producto. Con respecto a la relación con el CNP, este le brinda asistencia técnica a la Asociación Nicoya Juan Díaz. Como aspecto más relevante, el encuestado señaló que la asociación no presenta ninguna relación con el PAI.

### *Infocoop*

La asociación Infocoop fue fundada en el año 1973, siendo así la asociación más antigua de las encuestadas. Además, está ubicada en la región Chorotega, específicamente en el cantón de La Cruz. Se enfoca en los cultivos de frijol, papaya y guayaba, no obstante, los productores frijoles representan el 50% de los afiliados. En cuanto a los productores frijoleros, el 100% de ellos lograron vender su última cosecha de manera parcial o total a la asociación. Según lo descrito por Infocoop, ellos brindan a sus asociados acceso a maquinaria y equipo, créditos, negociaciones con entes del sistema bancario nacional, banca para el desarrollo y CNP y colaboración en la etapa post cosecha. Para pertenecer a esta agrupación es necesario cumplir con los requisitos del pago de la cuota de ingreso y la anualidad. Por otro lado, de parte del CNP, Infocoop recibe el servicio de financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores.

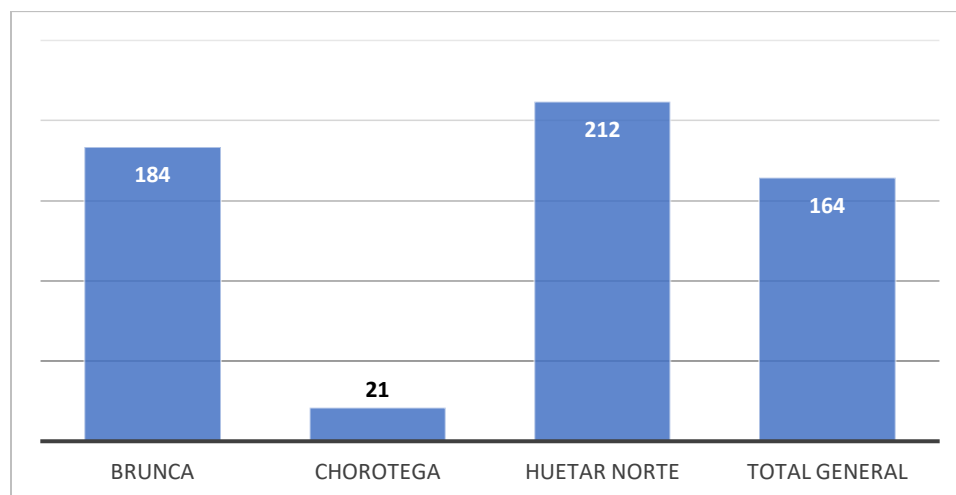
En cuanto a la última cosecha, la asociación le compró a los productores los frijoles en un precio de 33.000 colones por quintal. Como punto importante de resaltar, no existe ninguna diferenciación en la compra según el tamaño de los

agricultores. Por otra parte, normalmente se vende la cosecha al PAI y esta asociación sí recibe un mejor precio que a través de terceros comerciantes o empresas de la región. En ese sentido, el precio de venta de los frijoles en las dos últimas cosechas al PAI fue de 50.000 colones por quintal. Dentro de los servicios que le gustaría tener o gestionar como asociación se encuentran: capacitación, compra de maquinaria y equipo, esquemas de aval para la compra de las cosechas, mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación y apoyo legal, administrativo y logístico. Finalmente, de manera general, Infocoop valora al PAI con un 4, donde 5 es la máxima calificación.

- Análisis agregado de los resultados

Ahora bien, desde un análisis más agregado de los datos obtenidos, en el gráfico 18 es posible observar, en promedio, la cantidad de agremiados con la que cuenta cada una de las asociaciones encuestadas, esto dividido por región. Así pues, se denota cómo las asociaciones con mayor número de integrantes se encuentran ubicadas en la región Huetar Norte, seguida de la región Brunca y, por último la región Chorotega, la cual sí se encuentra muy por debajo de las demás regiones. Con estos datos, es posible crear una cierta percepción de la distribución de productores que existen por cada región. No obstante, es importante aclarar que estos productores, en algunos casos, no son únicamente frijoleros, sino que algunos de ellos cosechan algún otro tipo de cultivo.

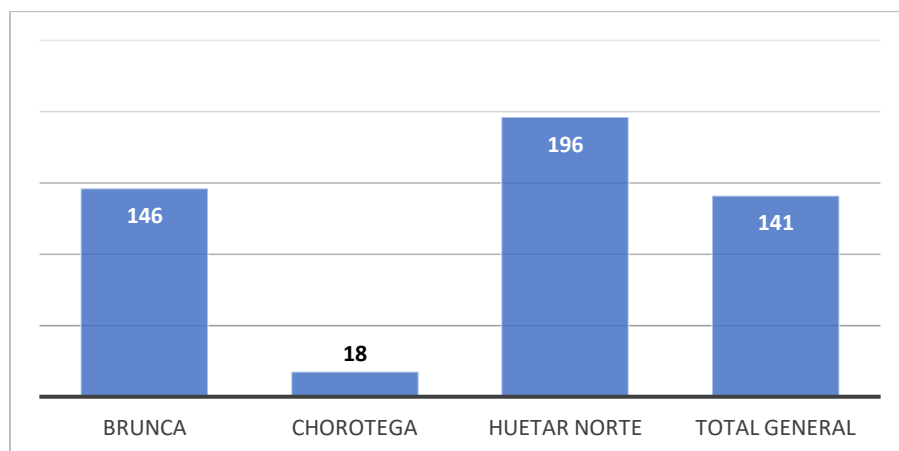
**Gráfico 18: Promedio de agremiados activos que tiene cada asociación por región**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

A diferencia del gráfico 18, en el gráfico 19 se reflejan la cantidad de agremiados frijoleros que, en promedio, tiene cada una de las asociaciones encuestadas, todo esto dividido por región. Como es posible notar, se mantiene una tendencia muy similar a la obtenida en el gráfico anterior, en donde la región Huetar Norte es en la que se centran la mayor cantidad de productores frijoleros, seguida de la Brunca y, por último, la región Chorotega.

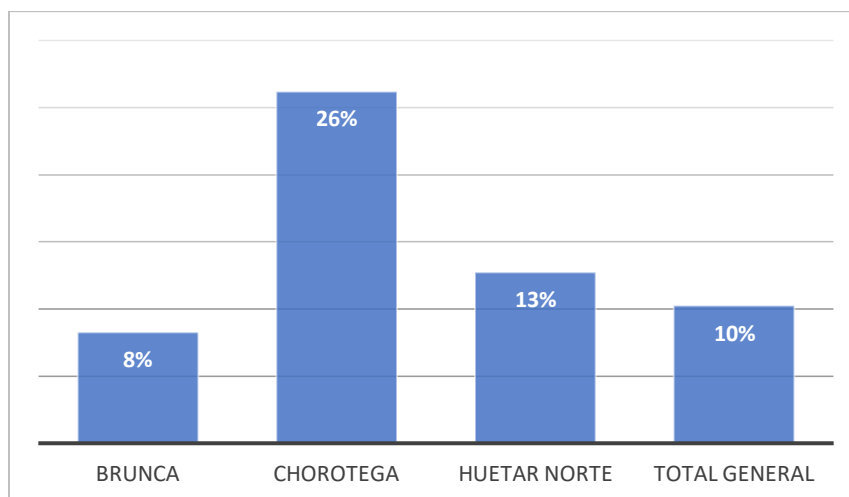
**Gráfico 19: Promedio de la cantidad de agremiados frijoleros activos en cada asociación por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Por otra parte, de manera global, se tiene que en promedio solo el 10% de los productores asociados son mujeres, tal y como lo representa el gráfico 20. Sin embargo, a la hora de desagregarlo por región, se observa cómo en las asociaciones de la zona Chorotega se presenta un porcentaje más alto de participación femenina. Mientras que en las restantes regiones se mantiene una tendencia similar a la general.

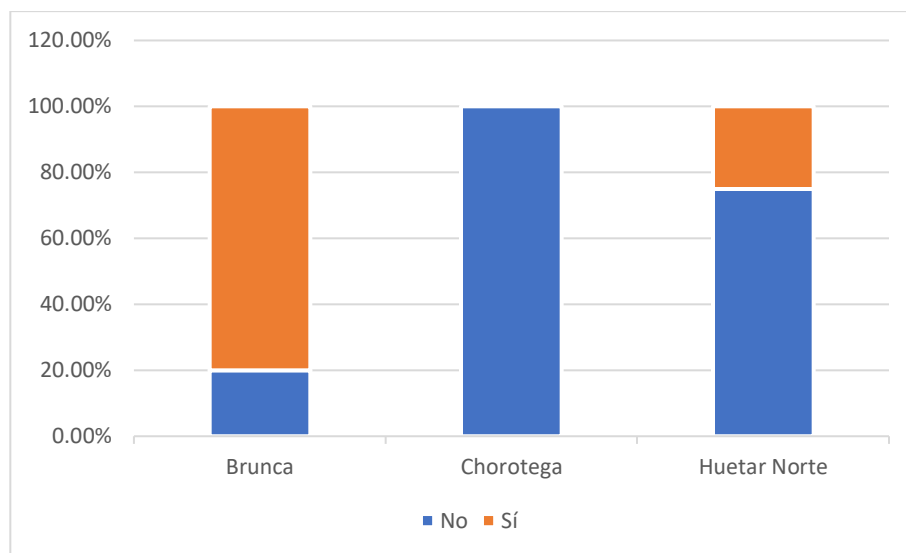
**Gráfico 20: Promedio de la cantidad del porcentaje de asociados que son mujeres en cada asociación, por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Para el caso de las agrupaciones que pertenecen alguna federación de asociaciones o algún otro grupo organizado, en el gráfico 21 se observan tres situaciones diferentes según la región. Primeramente, en la región Brunca, el 80% de las asociaciones dicen pertenecer a una organización de esta naturaleza. En caso opuesto, en la región Chorotega el 100% de las asociaciones encuestadas funcionan de manera independiente, es decir, no pertenecen a ninguna federación de asociaciones. Y, en la región Huetar Norte, únicamente el 25% de los encuestados mencionaron pertenecer a algún grupo organizado superior. Esto refleja que no existe una tendencia clara en este tema en específico.

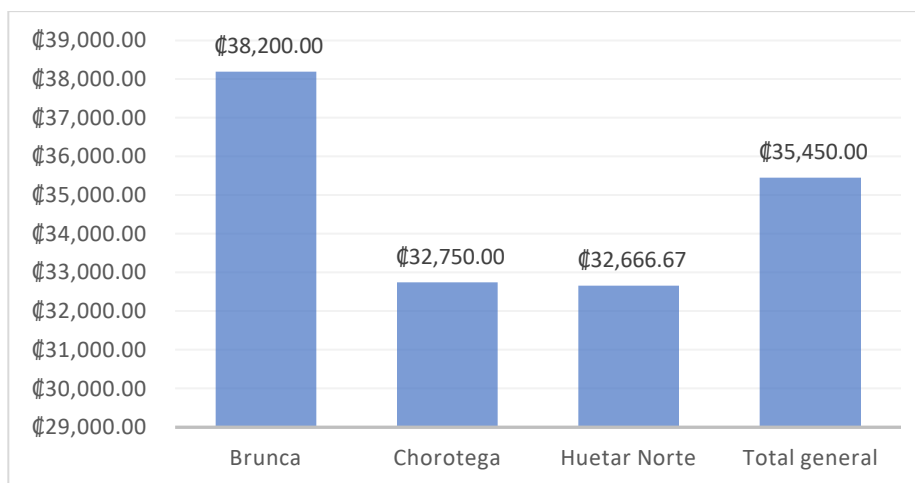
**Gráfico 21: Porcentaje de asociaciones que pertenecen alguna federación de asociaciones o algún grupo organizado superior, por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Respecto al precio, de la encuesta aplicada se obtienen los datos del precio promedio que pagó cada asociación por quintal de frijol en la última cosecha. Así pues, tal y como lo demuestra el gráfico 22, existe una brecha entre el precio que pagaron las asociaciones de la región Brunca con el precio de la región Chorotega y Huetar Norte. Específicamente, existe una diferencia de alrededor de ₡5,500 por quintal entre la región Brunca y las otras dos. Esta brecha puede estar relacionada con el precio al cual las asociaciones pueden vender el producto, ya sea al PAI o algún otro comerciante.

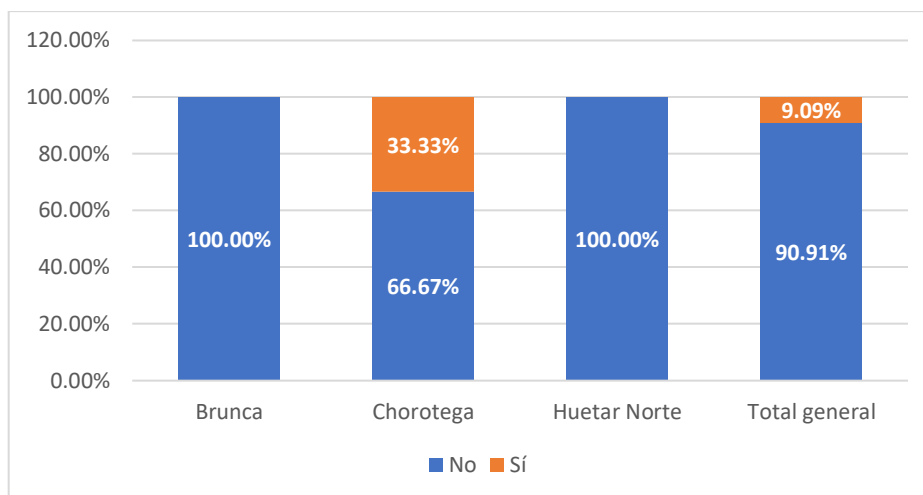
**Gráfico 22: Precio promedio (por quintal) al cual se le compró la última cosecha de frijoles a los productores, por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Un aspecto que es importante resaltar es si existe una diferenciación, por parte de las asociaciones, en la compra del producto según el tamaño de los agricultores. En relación con este tema, el gráfico 23 refleja los hallazgos pertinentes, donde se determina que **únicamente el 33% de asociaciones de la región Chorotega dicen aplicar una diferenciación a la hora la compra de producto, el resto de las agrupaciones señalan que no toman el tamaño como un aspecto relevante en el proceso de compra.**

**Gráfico 23: Porcentaje de asociaciones que aplican una diferenciación en la compra según el tamaño de los agricultores, por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

En términos de los principales requisitos que piden las asociaciones a sus agremiados, es posible encontrar 5: cuota de ingreso, anualidad, participar en asambleas, mensualidad y asegurar la entrega del total de la cosecha. De estos, el que más se repite es la cuota de ingreso, el cual está presente en el 58% de las asociaciones; seguido por la anualidad, la cual la solicitan el 42%; luego la participación en las asambleas, esta está en presente en el 33% de las asociaciones encuestadas; el pago de la mensualidad la pide el 17%; por último, asegurar la entrega total de la cosecha también el 17%.

**Cuadro 2: Requisitos con los que los asociados deben de cumplir para formar parte de la agrupación.**

	Cantidad relativa
<b>Cuota de Ingreso</b>	58%
<b>Anualidad</b>	42%
<b>Participar en asambleas</b>	33%
<b>Mensualidad</b>	17%
<b>Asegurar entrega total de la cosecha</b>	17%

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

De igual manera, el Consejo Nacional de Producción suele ofrecer una serie de servicios a los productores frijoleros y a las asociaciones para ayudarlos en el proceso productivo. Así pues, tres de los principales servicios brindados son la asistencia técnica, el financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores y el apoyo para la gestión post cosecha, es decir, el almacenamiento o transporte. **De estas, el 67% de las asociaciones recibe el financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores, el 33% recibe asistencia técnica y, finalmente, únicamente el 25% de las asociaciones reciben apoyo para la gestión post cosecha.**

**Cuadro 3: Porcentaje de las asociaciones que reciben los siguientes servicios por parte del Consejo Nacional de Producción (CNP).**

	<b>Cantidad relativa</b>
<b>Asistencia Técnica</b>	33%
<b>Financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores</b>	67%
<b>Apoyo para la gestión post cosecha (almacenamiento o transporte)</b>	25%

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Dentro de los servicios que le brindan las asociaciones a sus productores están representados en el cuadro 4: el acceso a maquinaria y equipo, mercadeo de la cosecha, asistencia técnica, crédito, negociación con entes del sistema bancario nacional, el sistema de banca para el desarrollo o CNP y la colaboración en la etapa post cosecha. De los servicios más ofrecidos está el mercadeo de la cosecha, con un 67% de las asociaciones que lo brindan; seguidamente el acceso a maquinaria y equipo con un 58% de las agrupaciones; y la asistencia técnica con un 50%.

**Cuadro 4: Principales servicios brindados por la asociación a sus  
agremiados.**

	<b>Cantidad relativa</b>
<b>Acceso a maquinaria y equipo</b>	58%
<b>Mercadeo de la cosecha</b>	67%
<b>Asistencia técnica</b>	50%
<b>Crédito</b>	42%
<b>Negociación con entes del sistema bancario nacional, el sistema de banca para el desarrollo o en CNP</b>	25%
<b>colaboración en la etapa post cosecha ( bodegas, transporte de cosecha)</b>	42%

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

En la misma línea del cuadro anterior, en una de las secciones de la encuesta aplicada se le consultó a los representantes de las asociaciones cuáles servicios le gustaría brindar o gestionar para sus asociados. En el cuadro 5 se reflejan estos servicios y el porcentaje de asociaciones que les gustaría brindarlo, los más importantes son el apoyo legal, administrativo y logístico con un 83%, el crédito, la compra de maquinaria y equipo y la mejora para la infraestructura y las condiciones

de la asociación con un 67% cada una, seguido de la asistencia técnica y capacitación con un 50% y, en último lugar, los esquemas de aval para la compra de las cosechas con un 33%.

**Cuadro 5: Servicios que a las asociaciones les gustaría brindar a sus agremiados.**

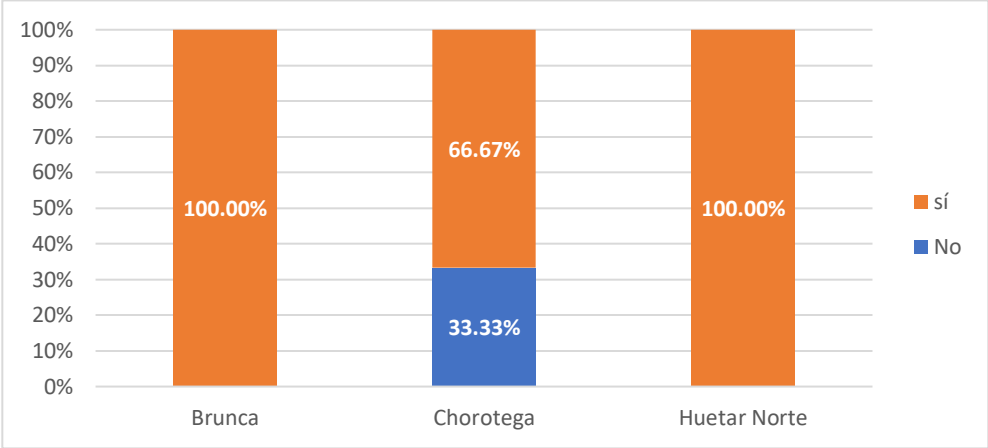
	<b>Cantidad relativa</b>
<b>Apoyo legal, administrativo y logístico</b>	83%
<b>Crédito</b>	67%
<b>Compra de maquinaria y equipo</b>	67%
<b>Mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación</b>	67%
<b>Asistencia técnica</b>	50%
<b>Capacitación</b>	50%
<b>Esquemas de aval para la compra de las cosechas</b>	33%

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Ahora bien, centrándose más en el Programa de Abastecimiento institucional (PAI), de las asociaciones encuestadas, resulta que en su mayoría sí cuentan con algún tipo de relación con este programa. **Específicamente, tal y como se muestra**

en el gráfico 24, únicamente un 33% de las asociaciones que se encuentran en la región Chorotega dicen no tener ningún tipo de relación con el PAI. Así pues, esto permite observar que, en términos generales, este programa sí está abarcando y ayudando a una cantidad importante de productores frijoleros.

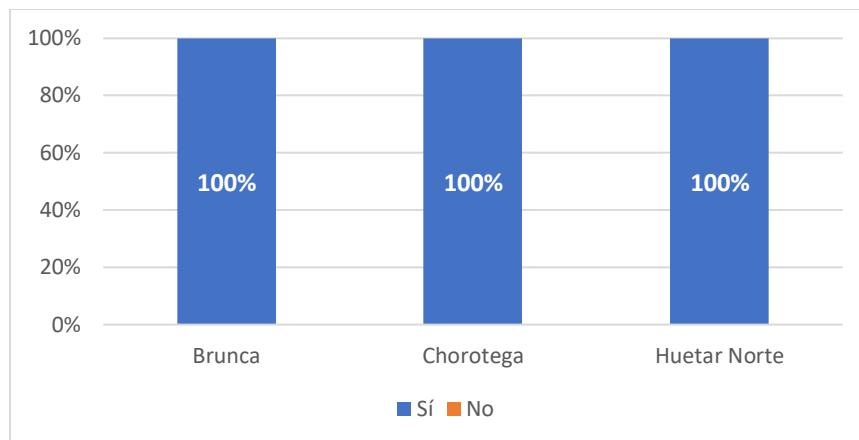
**Gráfico 24: Porcentaje de asociaciones que tienen relación con el PAI según la región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Por otra parte, de aquellas asociaciones que mencionaron sí tener relación con el PAI, el 100%, indistintamente la región, señalan que el precio que recibe la asociación al venderle la cosecha al PAI es mejor que si se la vendieran a cualquier otro comerciante. Por lo tanto, esto significa que este programa sí le está ofreciendo un beneficio a todos aquellos productores que deciden, a través de las asociaciones, venderles sus cosechas.

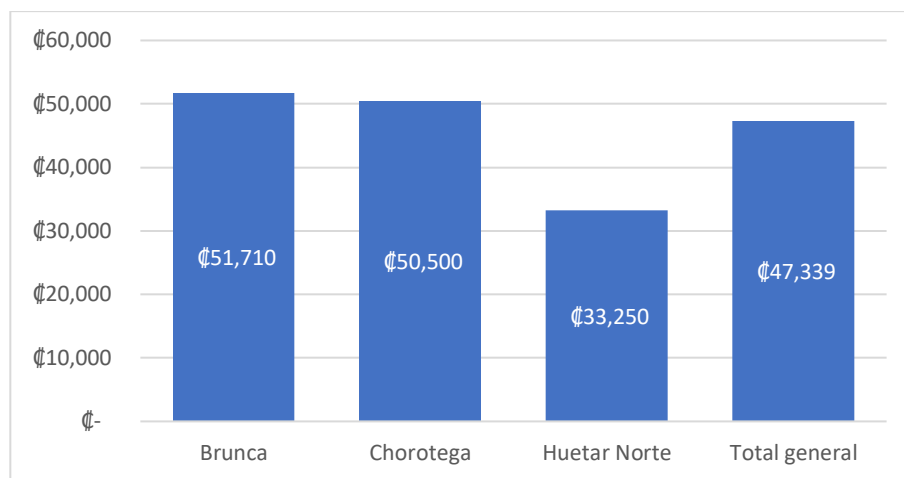
**Gráfico 25: Porcentaje de asociaciones que dicen recibir un mejor precio a través del PAI, por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Respecto a los precios a los cuales las asociaciones venden sus cosechas de frijoles al PAI, es posible observar que este va a variar según la zona en la que se encuentren. Puntualmente, es posible notar en el gráfico 26 cómo la región Brunca y Chorotega reciben un precio alrededor de un 52% más alto comparado con el de la región Huetar Norte. Esta disparidad regional, más allá de que puedan existir algunos factores que podrían justificarla de alguna manera, es algo que deben de contemplar los encargados del PAI para tratar de disminuir esta brecha tan importante.

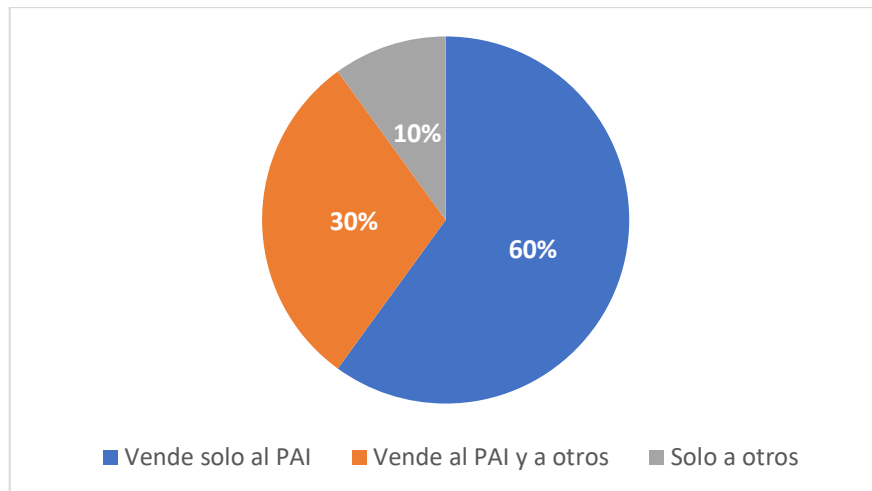
**Gráfico 26: Promedio del precio (por quintal) de venta de los frijoles de las últimas dos cosechas al PAI por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Seguidamente, **uno de los hallazgos de la encuesta aplicada fue que el 60% de las asociaciones que se consultaron indicaron que venden toda su cosecha de frijoles únicamente al Programa de Abastecimiento Institucional. Asimismo, un 30% mencionaron vender su cosecha tanto al PAI como a otros comerciantes y, solamente el 10% dice que no vende nada de su producto al PAI.** Tal y como se reflejó en los gráficos anteriores, este programa colabora con parte importante de las asociaciones del país, además, una pequeña porción no cuenta con ninguna relación.

**Gráfico 27: Distribución de las asociaciones según a quien le venden su cosecha.**

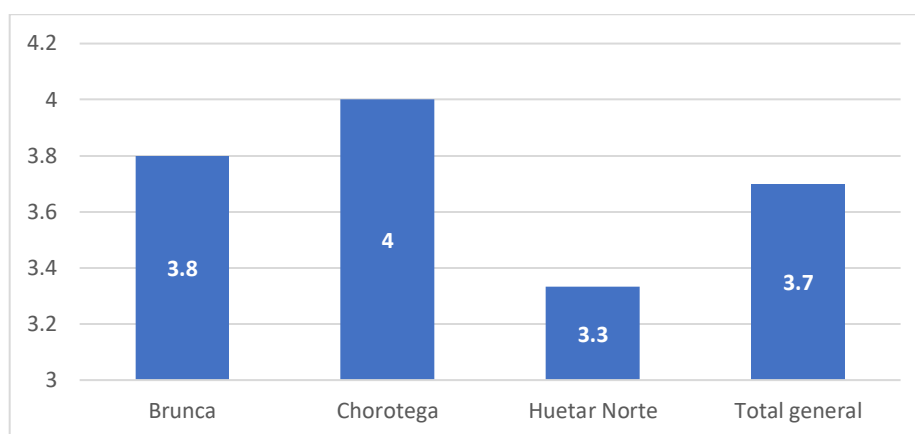


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

Como es posible observar en el gráfico 28, donde las asociaciones en un rango de 1 a 5, donde 1 es muy mal y 5 muy bien, sobre cómo valora al PAI de acuerdo con la relación que tiene cada uno. En este caso, **al calcular el promedio por región, se obtiene que la región que valora de manera más negativa al programa es la Huetar Norte, con un promedio de 3.3, seguida de la región Brunca con 3.8 y, por último, en donde recibió una calificación más positiva fue en la Chorotega, con un 4. Igualmente, como promedio general, obtuvo un 3.7, lo cual no está del todo mal pero podría mejorar. En el caso de la Huetar Norte, su calificación cercana al 3 podría estar relacionada, entre muchos**

otros aspectos, a que reciben un precio por su cosecha muy inferior al de las demás regiones, lo cual puede influir en su nivel de satisfacción.

**Gráfico 28: Promedio de la valoración dada por las asociaciones al PAI de acuerdo con la relación que tiene cada una de ellas, donde 1 es muy mal y 5 muy bien, por región.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las asociaciones de productores.

### Principales hallazgos

Así pues, una vez realizada el análisis de los datos recolectados por medio de la encuesta aplicada a las asociaciones de productores, es posible concluir algunas ideas puntuales. Primeramente, se presentó una tendencia, demostrada en diferentes gráficos, de la importancia del Programa de Abastecimiento Institucional para muchas de las asociaciones del país, y por tanto, la relevancia para los productores. Además, se observó que el PAI se encuentra presente en las diferentes regiones en las que se encuentran las asociaciones de productores

encuestadas. De igual forma, se analizó el precio que le ofrece este programa a las agrupaciones de productores, los cuales son bastante atractivos, según la opinión de los encuestados. No obstante, existe una brecha importante en el precio ofrecido según la región, lo cual puede considerarse un aspecto negativo.

Finalmente, es importante destacar que para el presente análisis se tomaron en cuenta 12 asociaciones de diferentes regiones del país, sin embargo, sería importante analizar las restantes agrupaciones para poder determinar si las tendencias obtenidas de la muestra seleccionada se repite en el resto de las asociaciones del país. De manera de conclusión y con base a la información obtenida, se puede determinar que, en términos generales, **el PAI sí ha cumplido con el propósito por el cuál fue creado desde la perspectiva de las asociaciones de productores de frijol, no obstante, existen importantes oportunidades de mejora de realizar una trazabilidad del frijol y una mayor diversificación en las regiones.**

- [Consejo Nacional de Producción](#)

Para conocer las opiniones por parte de las autoridades que están a cargo del programa, se aplicó una encuesta a dos representantes del PAI. La primera de ellas a un directivo del CNP y la otra al presidente de esta entidad. Este trabajo de campo se llevó a cabo del 1 de julio al 13 de julio del 2021. A diferencia de las anteriores encuestas, en este caso se consultó sobre características con las que

cuenta este programa y sobre valoraciones del impacto del PAI en los diferentes sectores.

El formulario elaborado consta de 22 preguntas, de las cuales 10 son de respuesta abierta y las restantes de respuesta cerrada. De igual manera, en el anexo 4 es posible detallar el formulario aplicado a las autoridades a cargo del Programa de Abastecimiento Institucional. Importante señalar que la selección de los participantes se hizo por conveniencia y según la disponibilidad de información.

Inicialmente se consultó sobre el tiempo que lleva cada uno de los encuestados relacionándose con el PAI, donde ambos contestaron que de 1 a 5 años. La primera diferencia en la respuesta resultó de la posición con la que cuenta cada uno de ellos en relación con el programa. Por parte del directivo, mencionó que este es un programa destinado a apoyar a las entidades públicas en el manejo de sus demandas de bienes básicos que al mismo tiempo favorece un precio justo. Por otra parte, el presidente señaló que es un programa estratégico para el CNP dado que permite tener un apoyo a los pequeños y medianos productores de alimentos básicos y al mismo tiempo, suplir de la mejor oferta, en calidad y precio, a las entidades públicas.

Seguidamente, se pasó a una sección de la encuesta en la que se hizo un enfoque en características puntuales del programa. Dentro de las principales características que se concluyeron son que existen criterios para la selección de proveedores, como ser micro o pequeño productor, cumplir con los requisitos de calidad e inocuidad, estar debidamente inscrito en la CCSS y Ministerio de Hacienda, etc. Por otra parte, se preguntó sobre los criterios de priorización regional

en granos básicos, los cuales son: la implementación de buenas prácticas, ser productor de la base social y acatar las normas establecidas de precios. Otro de los temas trascendentales es el de los porcentajes de intermediación, los cuales suelen ser tan cuestionados en algunas ocasiones, sin embargo, ambos participantes respondieron que existe un fundamento técnico detrás de todos los montos de intermediación que se cobran, siendo un 12% el más elevado.

Recientemente, el tema de los sobrepagos que le cobra el CNP a instituciones como el Ministerio de Educación Pública, ha sido muy cuestionado, no obstante, el presidente del CNP dice que los precios de los productos que ellos ofrecen no están por encima de los costos de mercado. Lo que es importante resaltar en este punto es que, a diferencia del presidente, el directivo considera que los precios sí son más elevados que los que se podrían encontrar en el mercado, sin embargo, este incremento podría estar justificado por el costo administrativo que se genera.

La parte final de la encuesta se orientó al tema de las asociaciones o CEPROMAS y el nivel de impacto que ha tenido el PAI desde su implementación. Específicamente, se hizo la consulta de que si existe algún tipo de diferenciación o preferencia hacia algunas asociaciones en específico, a lo que el presidente menciona que sí. Seguidamente, respecto al modelo de crédito con el que cuenta el CNP-PAI, se presentó una discrepancia, ya que el presidente dice que funciona mediante un adelanto por la cosecha, mientras que el directivo dice que no es así. Con relación a las repercusiones del programa, los actores en los que se ha presentado un mayor impacto positivo, según los encuestados, ha sido: pequeños

productores agrícolas, asociaciones de productores, zonas rurales del país, entidades públicas compradoras y el CNP y sus finanzas. En contraposición, el PAI ha tenido impactos mínimos en: intermediarios transportistas regionales, comerciantes intermediarios en las regiones y los importadores de productos agrícolas.

### **Principales hallazgos**

Como principales hallazgos obtenidos de la presente en cuenta es posible señalar 3 principales. Primero, es importante resaltar cómo ambos participantes cuentan con una posición algo diferente con respecto al PAI, aunque ambas correctas. En el caso del presidente refleja su posición hacia el programa con un enfoque dirigido al apoyo a los pequeños y medianos productores. Mientras que el directivo hace más referencia a la importancia del PAI para las instituciones públicas. Así pues, ambas respuestas representan los dos pilares fundamentales que sustentan la creación del PAI.

Segundo, otro de los aspectos obtenidos se relaciona con **los sobreprecios, donde a pesar de que el presidente de la entidad sostiene que los precios son competitivos, la realidad indica que en ocasiones no es así.** Esta situación se contrastará con las respuestas dadas por las Asociaciones Educativas, quienes cumplen el rol de comprador final, por lo que pueden mostrar una visión más amplia del tema de los precios. Lo que se puede deducir hasta el momento es que, como bien mencionaron las asociaciones, el precio al que les compra el PAI es superior al que ofrecen otras entidades, por lo que existe la posibilidad de que el precio final

de venta que le ofrece el CNP a las diferentes instituciones públicas también sea mayor al de mercado.

Por último, con relaciones a los sectores que se ven beneficiados con la existencia de este programa, los participantes concordaron que estos son: los productores, las asociaciones de productores, las zonas rurales, las instituciones públicas y el CNP. En ese sentido, en caso de que exista un sobreprecio en los productos que vende el CNP, las instituciones públicas no contarían con beneficios importantes. **Esto se debe a que, si bien el PAI proporciona una seguridad alimentaria y una simplificación de procesos, estas tendrían un costo muy elevado si se compara con los precios a los que se podría conseguir dichos productos en el mercado.** Así pues, estos resultados permiten hacer una valoración sobre si realmente existe tal beneficio para las diferentes entidades del Estado.

Fue evidente que no existe voluntad de los mandos medios y autoridades para brindar la información solicitada. Solamente dos personas respondieron la encuesta realizada a pesar de solicitarla en varias ocasiones. Las justificaciones recibidas en su gran mayoría se relacionan a aspectos de reglamento o de la ley, pero no entregan suficiente evidencia sobre lo que se responde, por lo que podrían existir elementos de mejora que no quedan claros, dada la poca intensidad de respuesta recibida.

- Juntas de Educación encargadas de comedores escolares

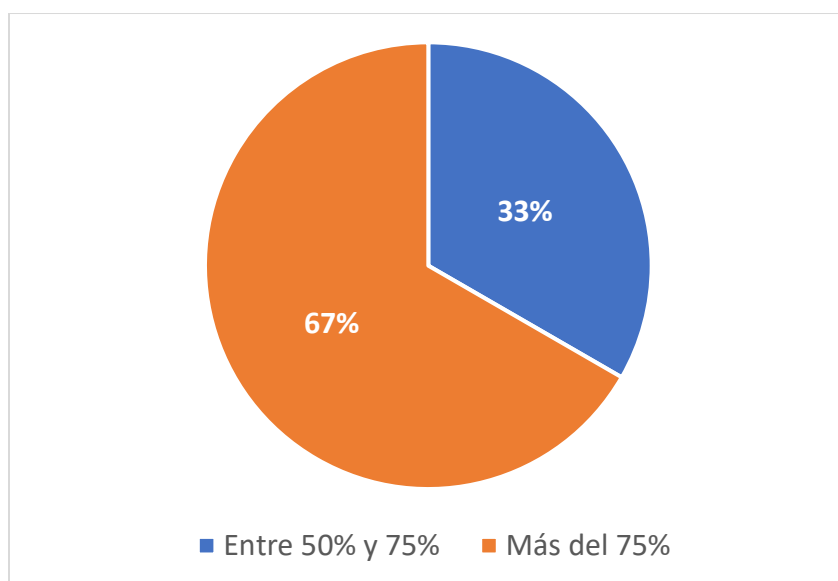
Como agente final de la cadena de valor se encuentran los comedores escolares (MEP), quienes son una de las entidades públicas que le compra alimentos al CNP, lo cuales son adquiridos mediante el PAI. En este caso, con la presente encuesta se buscaba conocer la percepción que tienen los consumidores respecto al PAI, en temas como precio y nivel de satisfacción. En esta ocasión se consultaron a 15 Juntas Educativas diferentes de la zona de occidente, las cuales fueron elegidas por conveniencia y por disponibilidad de información. Además, se tomó una muestra pequeña y que, por tanto, no es estadísticamente significativa, por el margen del presente estudio, que se considera exploratorio.

El formulario consta de 7 preguntas, las cuales están dirigidas en conocer la valoración y la percepción que tiene el consumidor final, en este caso las Juntas Educativas, del funcionamiento del PAI. La información se recolectó el día 23 de julio del 2021, mediante una plataforma digital, donde los participantes podían acceder mediante un enlace de invitación. Es posible encontrar el formulario utilizado en el anexo 5 y la lista de Juntas Educativas que participaron en el anexo 6.

De las Juntas consultadas, en promedio cada una tiene 282 estudiantes. No obstante, la muestra es bastante heterogénea, ya que incluye Juntas Educativas que tienen desde 88 estudiantes hasta 594. Como primer punto que se puede concluir es que el dinero utilizado en comedores escolares representa una porción

muy importante de los presupuestos de las diferentes escuelas del país. Como se denota en el gráfico 29, **el 67% de los encuestados dicen destinar más del 75% del presupuesto en este rubro. Además de dirigir gran cantidad de dinero a la compra de alimentos, el 100% de los encuestados señalan que los compran a través del Programa de Abastecimiento Institucional.**

**Gráfico 29: Porcentaje del presupuesto que destinan las juntas educativas a los comedores escolares.**

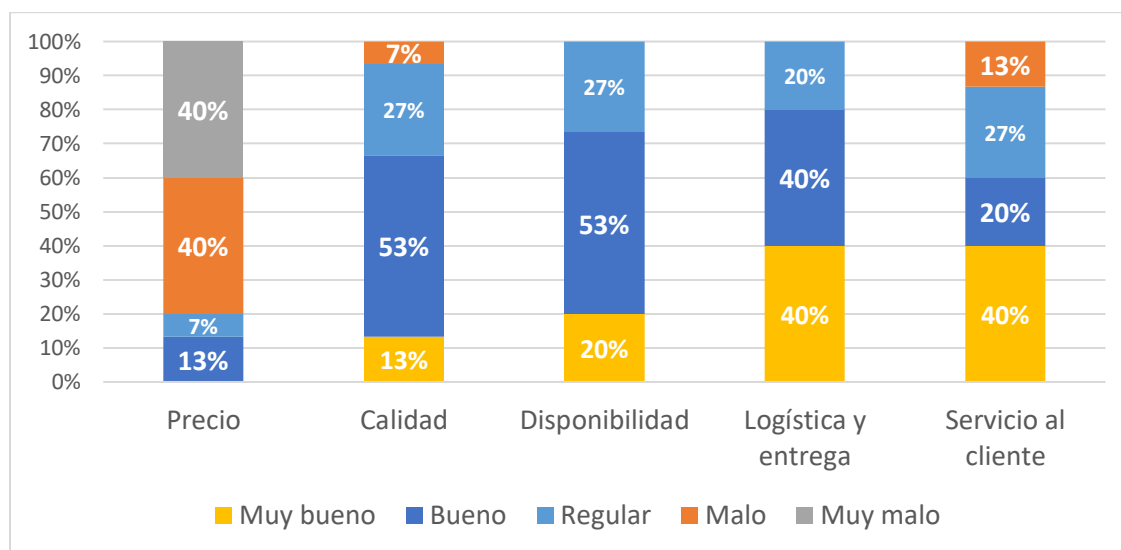


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las Juntas Educativas.

Enfocado más en la percepción de los servicios brindados por el PAI, en el gráfico 26 se pueden concluir algunos elementos. Primero, **es evidente que los precios a los cuales vende el CNP son bastante elevados, ya que el 80% de**

**los encuestados le otorgan una mala calificación.** Segundo, a primera instancia se podría notar que la “Logística y entrega” y el “Servicio al cliente” son los aspectos en los que recibió una mejor valoración, donde más de la mitad de encuestados señalaron ambos como muy bueno o bueno. Y, en última instancia se encuentra “Calidad” y “Disponibilidad”, los cuales, si bien no son percibidos como muy buenos, la gran parte de los participantes consideran que la calidad de estos dos aspectos es buena. Así pues, en términos generales, es posible decir que el PAI satisface de manera correcta a gran parte de los encuestados.

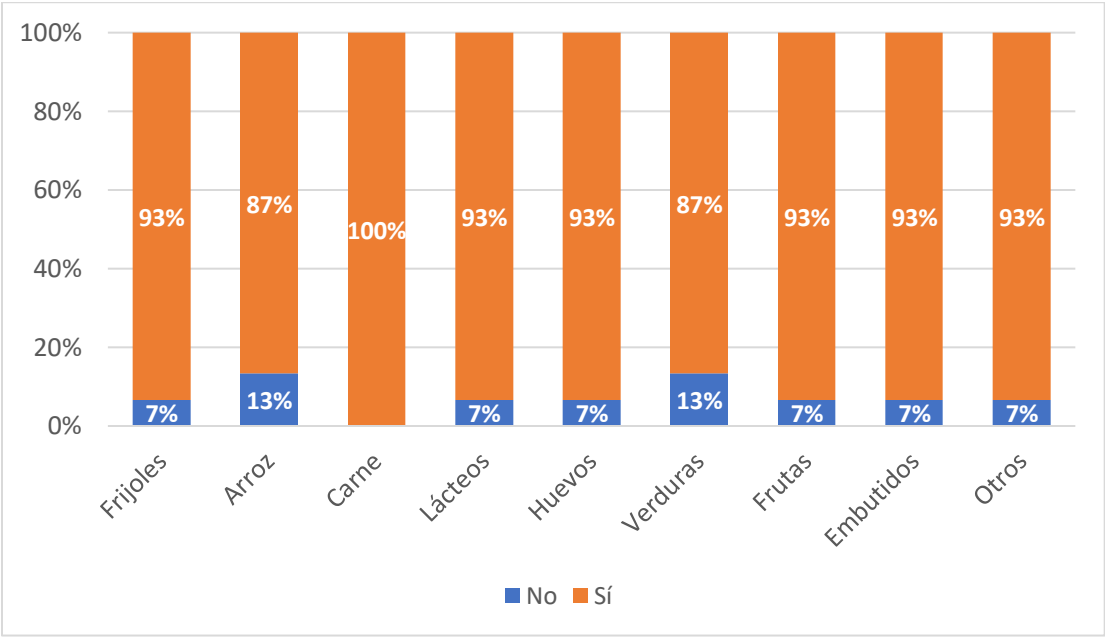
**Gráfico 30: Evaluación de los temas recibidos por parte del PAI**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las Juntas Educativas.

Seguidamente, el gráfico 31 hace referencia a las consideraciones en los precios de los productos que se ofrecen por medio del PAI. Puntualmente, se le consultó a las diferentes juntas educativas si el precio al cual vende el PAI es más elevado que los precios de otros negocios. **En este tema no queda duda de que, si bien el programa diseñado por el CNP satisface a las juntas educativas de manera correcta, como se demostró en el gráfico 30, esta satisfacción es a cambio de precios bastante elevados.**

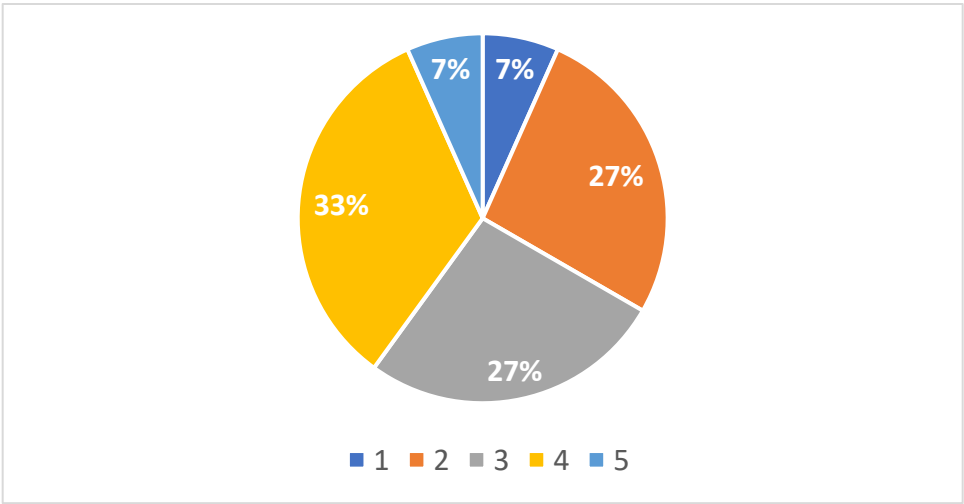
**Gráfico 31: *Vende el PAI a un precio mayor de lo que se podría conseguir en otros negocios***



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las Juntas Educativas.

Finalmente, en relación con el nivel de satisfacción que tienen las diferentes Juntas Escolares con el funcionamiento del PAI, únicamente el 7% dice estar muy satisfecho, lo cual representa un porcentaje muy reducido. Seguidamente, un tercio de la muestra señaló que su valoración es de 4, es decir, satisfechos. Luego, tanto las valoraciones de 2 y 3 representan un 27% cada una. Exclusivamente el 7% señala que están muy insatisfecho, lo que permite considerar que el funcionamiento del PAI no se considera como muy malo. **En ese sentido, de manera global y tomando todas las valoraciones, se obtiene un valoración promedio de 3.1, de lo cual se puede inferir que si bien este programa no es perfecto, desde una visión global tiene un funcionamiento correcto.**

**Gráfico 32: Valoración de la satisfacción de las Juntas Escolares con respecto al PAI, 5 muy satisfecho y 1 muy insatisfecho.**



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta del CINPE aplicada a las Juntas Educativas.

## Principales hallazgos

De los principales hallazgos obtenidos y que justifican algunas de las hipótesis plateadas en la encuesta para la autoridad del PAI, se puede inferir que, **a pesar de que el presidente del CNP mencione que los precios que ofrece la entidad son competitivos en el mercado, lo cierto del caso es que con base a las Juntas Educativas consultas, esto no parece ser así.** Por el contrario, de manera bastante contundente, en la mayoría de los productos que ofrece el CNP, **cerca del 90% de consumidores finales mencionaron que el precio del PAI sí es más elevado si se compara con las distintas opciones existentes en el mercado.**

A pesar de contar con un precio elevado, otros elementos como la logística y entrega o como el servicio al cliente son aspectos que el PAI gestiona de manera bastante bien. Así pues, de manera general, este programa debe de ser revisado y mejorado en algunos aspectos para poder cumplir de manera eficiente con su propósito.

## Conclusiones

---

A partir de las preguntas de investigación planteadas, podemos concluir lo siguiente. Como primer punto, y relacionado con la incógnita de si **el PAI está cumpliendo con la función de asignar el valor de la mejor manera en los distintos segmentos de la cadena de valor del frijol, se podría contestar a primera instancia que no.** Como se pudo notar a lo largo de la investigación, existen diversas posiciones, por un lado gran parte de **los productores no están conscientes del impacto del PAI, ya que únicamente entregan su cosecha a las asociaciones y desconocen qué hace la estas agrupaciones con el producto.** Por otro lado se encuentra las asociaciones y el CNP, quienes sí reciben un valor mayor mediante el PAI, para las asociaciones traducido a un precio de venta más elevado y para el CNP en funcionamiento correcto. **Y en el caso de los consumidores finales, a estos no se les asigna el valor de la mejor manera, ya que tienen que pagar precios bastante elevados, si se comparan con las ofertas del mercado.**

Como segundo punto, con relación al accionar institucional vía las compras públicas, es posible hacer un análisis en dos sentidos. **Primeramente en el precio que el PAI le paga a los productores, el cual, con base a los datos proporcionados por los participantes, es superior a los que se ofrecen en el mercado, por lo que se podría decir que sí es un precios justo, es decir, un resultado positivo.** Mientras que en el sentido del consumidor final, a diferencia

del caso del productor, este debe pagar un precio mayor a los precios de mercado, por lo que se concluye que el resultado es negativo.

Como tercer punto, se determinó que únicamente en el segmento de los productores existe un desconocimiento bastante considerable de en qué consiste el PAI, cómo funciona o qué beneficios proporciona. En el caso de las asociaciones de productores y las juntas educativas, estos sí conocen el funcionamiento del programa. Respecto a la percepción de cada uno de los actores, las opiniones son diversas. En el caso de los productores, quienes mencionan que sí conocen del PAI, consideran que es muy desorganizado y que no genera ningún aporte importante. Las asociaciones, por el contrario, hacen una valoración más positiva, ya que sí están conscientes del beneficio que implica este programa. La autoridad a cargo del programa, el CNP, hace una valoración bastante positiva, señalando la importancia del programa tanto para el productor como para las instituciones públicas. Y, por último, las Juntas Educativas cuentan con una valoración algo dividida, primero señalan la situación con los precios elevados, pero, de igual manera, reconocen que existen otros elementos que son positivos.

Finalmente, **es evidente que el PAI no es perfecto, por lo que es posible señalar algunas fallas y oportunidades de mejora.** La primera de ellas consiste en informar de una manera más eficiente a los distintos productores del país, esto para que logren conocer los diferentes beneficios que este programa les puede proporcionar, y por consiguiente, beneficiar el desarrollo de los pequeños y

medianos productores. Una segunda mejora que se podría incluir es **evitar que exista una disparidad en los precios en los que el PAI le compra el producto a las agrupaciones de productores, ya que quedó evidenciado que las asociaciones que pertenecen a zonas como la Brunca o Chorotega reciben un precio considerablemente más elevado que las pertenecientes a la Huetar Norte.**

De igual manera, es necesario que se revisen los precios a los que el programa vende los productos, ya que fue evidente que **sí existe un sobreprecio en los diferentes bienes que ofrece, lo que genera un costo muy importante para el Estado costarricense, quien está obligado a satisfacer sus necesidades a través del PAI.** Esta revisión del precio se puede dar en dos vías, por un lado, analizando y revalorando el precio que se le paga a las asociaciones para que sea congruente con el de mercado o, por otro lado, **haciendo un análisis del margen de intermediación cobrado por el CNP y buscando aspectos que se puedan hacer más eficientes para disminuir este valor.**

Respecto del tema de las importaciones de frijol, queda claro que se han venido filtrando importaciones ocultas de frijol dentro de las compras del PAI. Este tema es altamente sensible y refiere a dos o tres marcas muy concretas provenientes de asociaciones que se han dedicado a importar frijol desde Nicaragua y Estados Unidos. Este tema es altamente sensible y los encuestados, tanto en asociaciones como productores se quejan de trato desigual, de concentración de las compras y de criterios políticos a la hora de asignar las cuotas de compra del

PAI a los distintos grupos. Nuestra recomendación al CNP es que elabore un programa de trazabilidad del frijol y que compre exclusivamente frijoles de productores nacionales a través del PAI, separando los requerimientos importados, los cuales deberían sacarse a subasta a través de procesos de contratación transparente y de forma pública. La trazabilidad de la producción es la única forma de evitar las filtraciones existentes y el encarecimiento del frijol a través del papel de intermediarios e importadores dentro de las asociaciones frijoleras.

Es necesario que la Contraloría General de la República valore seriamente el impacto del sobreprecio de venta y los componentes de la cadena de valor agregado en el empaqueo y distribución de frijoles rojos y negros. Desde nuestro trabajo podríamos claramente concluir que existe entre un 20 y 25% de sobreprecio en la actualidad y que la distribución de dicho valor no necesariamente se asocia con la compra más alta de precios, sino con el accionar de intermediarios que venden o procesan el frijol con márgenes muy superiores a los que tiene el mercado. Este sobreprecio en términos de la oferta del mercado refleja también un margen de comercialización superior al requerido por el CNP, dado que sobre un costo inflado el margen del CNP es muy superior. Vale la pena considerar un análisis de cadena de costos e intervenir en los contratos y asignación de cuotas de compra, que claramente están generando ventajas no apropiadas para agentes y actores de la cadena de valor.

Finalmente, pareciera que el mercado institucionalizado debe realizar cambios para mejorar y enfocarse en el objetivo sustantivo del programa cual es,

generar un mercado seguro y a precios justos para la oferta nacional de frijol proveniente de pequeños y medianos productores. Las filtraciones encontradas en la cadena nos hacen pensar que debería intervenir el PAI y realizar los cambios necesarios para generar transparencia en la compra y trazabilidad de los costos y el origen de los productos distribuidos.

## Bibliografía

---

- Rodríguez, Y., & Marín, A. (2018). Programa de Abastecimiento Institucional (PAI), implementado por el Consejo Nacional de Producción (CNP), para el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas Agroempresas de la Región PacíficoCentral, en el año 2017. (Tesis de grado, Universidad Técnica Nacional)
- CNP. (Agosto de 2021). *Consejo Nacional de Producción*. Obtenido de <https://www.cnp.go.cr/pai/index.aspx>
- Valerín, J. (2019). *INFORME SITUACIONAL GRANOS BASICOS 2012-2019: FRIJOL-MAIZ*. Ministerio de Agricultura y Ganadería, San José.
- Hidalgo, E. (27 de Noviembre de 2018). *Universidad de Costa Rica*. Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2018/11/27/productores-de-frijol-incorporan-semillas-de-alta-calidad-en-sus-cultivos.html>
- Rubí Zeledón, J., Mencía Guevara, A., Villalobos Moya, K., Granados Rojas, L., Hernández Aguirre, C., & Brenes Monge, H. (Julio de 2020). Evaluación de propiedades fisicoquímicas del frijol costarricense (*Phaseolus vulgaris*) como estrategia de diferenciación y valorización. *Perspectivas Rurales*, 18(35), 27-55.
- Ley N° 8700 de 2009. Modificación de la Ley Orgánica del Consejo Nacional de Producción, N° 2035, y sus reformas. 23 de diciembre de 2008. Gaceta N° 248.

Reglamento del Programa de Abastecimiento Institucional del Consejo Nacional  
de Producción. Ley N° 8700 de 2009. 18 de mayo 2017 (Costa Rica).

## Anexos

---

- **Anexo 1: Encuesta para productores**

1. ¿Cuál es tu nombre?

---

2. ¿Cuál es su número de identificación?

---

3. ¿Qué edad tienes en años cumplidos?

---

4. ¿Cuál es el nivel de educación mas alto terminado?

( ) Primaria

( ) Técnica

( ) Secundaria

( ) Universitaria

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos miembros viven en el hogar?

( ) 2

( ) 4

( ) 3

( ) 5 o más

6. ¿ En cuál provincia, cantón y distrito reside actualmente?

( ) Provincia

( ) Distrito

( ) Cantón

7. A qué región del país pertenece?

( ) Brunca

( ) Huetar Norte

( ) Chorotega

( ) Atlántica

Central

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es el tamaño en hectáreas del terreno donde cultiva frijol?

---

9. ¿Cuántas veces cosecha al año? ¿En qué épocas?

Cosecha 1 (Período): \_\_\_\_\_

Cosecha 2 (Período): \_\_\_\_\_

Cosecha 3 (Período): \_\_\_\_\_

10. ¿Cuál es el estado de la propiedad que utiliza para la siembra de frijol?

Alquilada

Propia

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

11. ¿Cuánto fue la cantidad de frijol cosechado el último año?

---

12. ¿ De dónde proviene la semilla de frijol que utiliza?

Propia

De la asociación a la que pertenece

Del CNP

De privados o terceros

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

13. ¿Recibe asistencia técnica para el cultivo del frijol?

Sí

No ( pasar a la pregunta 15)

14. ¿ De quién o qué entidad recibe asistencia técnica?

Ministerio de Agricultura y Ganadería(MAC)

---

Consejo Nacional de Producción(CNP)

Asociación local

Unión cantonal

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

15. ¿A qué precio vendió su última cosecha de frijol (Precio por quintal)?

---

16. ¿Quién o qué entidad compra comúnmente su cosecha?

---

17. ¿Conoce o ha escuchado hablar sobre el Programa de Abastecimiento Institucional (PAI)?

Sí

No ( Diríjase a la pregunta 19)

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

18. ¿Cuál es su relación con el PAI?

---

19. ¿Pertenece usted a alguna organización o asociación de productores?

Sí

No ( Diríjase al final de la encuesta)

20. ¿Cuál es el nombre de la organización o asociación a la que pertenece?

---

21. ¿Qué requisitos se debe cumplir para poder participar en dicha organización?

Cuota de ingreso

Tamaño de la plantación

Exclusividad de entrega de cosecha

---

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

22. ¿Cuáles son los principales beneficios que usted percibe de pertenecer a dicha organización?

---

• **Anexo 2: Encuesta para asociaciones de productores**

1. ¿Cuál es el nombre de la asociación y sus siglas respectivas?

---

2. Año de fundación de la asociación

---

3. Lugar a la que pertenece

Región: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_

Cantón: \_\_\_\_\_

4. ¿Se dedica la asociación exclusivamente al frijol o se encarga de otros cultivos?

Únicamente frijol: \_\_\_\_\_

Otras (especifique): \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos agremiados activos tiene la asociación en este momento?

---

6. ¿Cuántos agremiados frijoleros activos están activos en la asociación? Número de mujeres: \_\_\_\_\_

7. ¿Cuántas mujeres forman parte de la asociación?

Sólo hombres (pasar a pregunta 9): \_\_\_\_\_

Sí (especifique) : \_\_\_\_\_

8. ¿ Las mujeres asociadas tienen alguna ventaja especial o adicional?

( ) No ( ) Si

9. En el caso de los frijoleros ¿ cuántos lograron vender su cosecha de manera parcial o total a la asociación en las última cosecha?

---

10. ¿Cuál es el trato que mantiene la asociación con los frijoleros?

- ( ) Pago previo total o parcial de la cosecha
- ( ) Pago previo y posterior liquidación
- ( ) Financiamiento a pagar con la cosecha
- ( ) Apoyo en insumo o asesoría y pago a posteriori
- ( ) Compra y pago a posteriori de la cosecha

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

11. ¿ Cuáles son los servicios que la asociación le brinda a los frijoleros? (Puede tener mas opciones)

- ( ) Acceso a maquinaria y equipo
  - ( ) Mercadeo de la cosecha
  - ( ) Asistencia técnica
  - ( ) Crédito
  - ( ) Negociación con entes del sistema bancario nacional, el sistema de banca para el desarrollo o en CNP
  - ( ) Colaboración en la etapa post cosecha ( bodegas, transporte de cosecha)
-

( ) Otro (especifique): \_\_\_\_\_

12. ¿ Qué requisitos se deben cumplir para pertenecer a dicha organización?

( ) Cuota de Ingreso

( ) Mensualidad Asegurar entrega total de la cosecha

( ) Participar en asambleas

( ) Anualidad

( ) Otro (especifique)

13. ¿ pertenece esta organización a alguna federación de asociaciones o algún grupo organizado superior?

( ) Sí

( ) No

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

14. ¿Cuál de los siguientes servicios la asociación recibe del CNP?

( ) Asistencia Técnica

( ) Financiamiento y apoyo para la compra de la cosecha a los agricultores

( ) Apoyo para la gestión post cosecha ( almacenamiento o transporte)

( ) Apoyos para la compra especial de maquinaria agrícola

Otro (especifique):\_\_\_\_\_

15. ¿Cuál es el precio al que han comprado los frijoles a los productores (precio por quintal) la última cosechas ?

---

---

16. ¿ existe diferenciación en la compra según las características de tamaño de los agricultores?

Sí

No

Otro (especifique):\_\_\_\_\_

17. ¿ La asociación a quién o a cuál ente vende normalmente la cosecha?

---

18. ¿La asociación conoce o tiene alguna relación con el Programa de Abastecimiento Institucional(PAI)?

Sí

No

19. ¿ Recibe un mejor precio a través del PAI que a través de terceros comerciantes o empresas de la región?

Sí

No

Otro (especifique):\_\_\_\_\_

20. ¿Cuál fue el precio de venta de los frijoles de las últimas dos cosechas al PAI?

---

21. ¿ La asociación tiene otra fuentes de recursos distintas al adelanto de la compra de frijoles?

Sí

No

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

22. De los servicios que le gustaría tener o gestionar como asociación marque los que considere más importante:

( ) Crédito

( ) Asistencia técnica

( ) Capacitación

( ) Compra de maquinaria y equipo

( ) Esquemas de aval para la compra de las cosechas

( ) Mejora para la infraestructura y las condiciones de la asociación

( ) Apoyo legal, administrativo y logístico

Otro (especifique): \_\_\_\_\_

23. En un rango de 1 a 5 donde 1 es muy mal y 5 muy bien como valoraría el PAI de acuerdo con la relación que tiene con ustedes:



• **Anexo 3: Lista de asociaciones que participaron en la encuesta**

- Infocoop
- Cooperativa Industrial del Servicios Múltiples el Porvenir, Prodicop
- Asociación De Productores de Pueblo Nuevo
- Asoprocoba Asociación de Pequeños Productores de Buenos Aires
- Cooperativa de Productores de Granos Básicos del Progreso De Pejibaye De Pérez Zeledón, Coopeseprima RL

- Asociación de Productores Guagaral
  - Asociación de Productores Y Comunidades Unidas En Veracruz, Asproveracruz
  - Asociación de Productores Agropecuarios del Águila de Pejibaye
  - Nicoya Juan Díaz
  - Ceproma Llano Bonito
  - Centro de Procesamiento y Mercadeo de Alimentos, Ceproma Valle Del Orosi
  - Centro Agrícola Cantonal de los Chiles, CAC los chiles
- **Anexo 4: Encuesta general a autoridades gerenciales del Programa de Abastecimiento Institucional**

Para el trabajo académico y de valoración de las políticas públicas, es de alto interés conocer las características del programa PAI y valorar los motivadores, así como, verificar los impactos en la cadena de valor de los distintos productos. Por esa razón le invitamos a responder las siguientes preguntas.

1. Puesto que desempeña en la organización: \_\_\_\_\_
2. Cuanto tiempo tiene de estar relacionado con el Programa de Abastecimiento Institucional PAI
  - ( ) Menos de un año
  - ( ) Entre 1 y 5 años
  - ( ) Más de 5 años
3. ¿Cuál de las siguientes frases refleja mejor su posición respecto del PAI?

( ) Es un programa estratégico para el CNP dado que permite tener un apoyo a los pequeños y medianos productores de alimentos básicos y al mismo tiempo, suplir de la mejor oferta, en calidad y precio, a las entidades públicas.

( ) Es un programa para apoyar la situación de financiamiento y producción de agrupaciones campesinas, aunque algunas veces se debe comprar más caro que en las condiciones de mercado.

( ) Es un programa que colabora con el financiamiento del CNP a través de su papel de comercializador de productos en condiciones especiales con los entes públicos.

( ) Es un programa destinado a apoyar a las entidades públicas en el manejo de sus demandas de bienes básicos que al mismo tiempo favorece un precio justo.

( ) Es un programa que debe de reformularse por las críticas de comprar caro y vender caro, lo que pone en evidencia una alta ineficiencia en la gestión de comercialización del CNP.

4. ¿Conoce usted los criterios que se utilizan para la selección de proveedores del PAI?

( ) Sí ( ) No

5. Describa al menos dos criterios de compra del PAI al seleccionar proveedores:

Criterio 1: \_\_\_\_\_

Criterio 2: \_\_\_\_\_

Criterio 3: \_\_\_\_\_

6. ¿Conoce usted de alguna prioridad regional en la asignación de contratos de compra del PAI?

( ) Sí ( ) No

7. ¿Describe dos criterios de priorización regional dentro del PAI para granos básicos?

Criterio 1: \_\_\_\_\_

Criterio 2: \_\_\_\_\_

8. ¿Existe un monto o porcentaje definido de intermediación para cada producto agrícola comercializado en el PAI?

Sí

No

9. Tiene este porcentaje de intermediación algún fundamento técnico?

Sí

No

10. ¿Cuáles son los márgenes de intermediación del CNP para compras en el marco del PAI?

Frutas y legumbres: \_\_\_\_\_

Arroz: \_\_\_\_\_

Frijoles: \_\_\_\_\_

Azúcar: \_\_\_\_\_

Lácteos: \_\_\_\_\_

11. ¿El CNP opera directamente con los destinatarios (entidades) institucionales que le compran?

Sí

No

12. Si existen intermediarios entre el CNP PAI y los actores institucionales, ¿cuáles son los criterios para seleccionar dichos intermediarios?

Criterio 1: \_\_\_\_\_

Criterio 2: \_\_\_\_\_

Criterio 3: \_\_\_\_\_

13. ¿Qué beneficios tienen dichos intermediarios ?

Beneficio 1: \_\_\_\_\_

Beneficio 2: \_\_\_\_\_

Beneficio 3: \_\_\_\_\_

14. ¿Están los precios del PAI de algunos productos por encima de los precios de mercado?

( ) Sí

( ) No

15. ¿Cuáles son las razones de la existencia de este sobreprecio?

Criterio 1: \_\_\_\_\_

Criterio 2: \_\_\_\_\_

Criterio 3: \_\_\_\_\_

16. De existir, ¿Cómo maneja el CNP-PAI (los márgenes o precios por encima del valor de mercado) a las instituciones?

---

17. ¿Existe algún procedimiento para atender estos casos de precios altos o sobreprecios en relación al mercado?

---

18. ¿En materia de compras de proveedores de productos agrícolas, conoce usted si existe alguna diferenciación o preferencia hacia algunas asociaciones o CEPROMAS?

( ) Si

( ) No

19. ¿Cuales son los criterios para esa selección de CEPROMAS o asociaciones?

criterio 1: \_\_\_\_\_

---

Criterio 2: \_\_\_\_\_

Criterio 3: \_\_\_\_\_

20. ¿El modelo de crédito del CNP-PAI funciona con un adelanto por cosecha a proveedores?

( ) Sí ( ) No

21. ¿Existe algún subsidio a las tasas financieras para algún grupo en especial (mujeres, pequeños productores, regiones específicas o productos)?

( ) Sí ( ) No

22. En materia de impactos positivos, seleccione de cero a 4, dónde cero es ningún impacto y 4 es el mayor impacto positivo, de los principales beneficiarios con la implementación del PAI:

	0	1	2	3	4
Pequeños productores agrícolas					
Asociaciones de productores					
Zonas rurales del país					
Intermediarios transportistas regionales					
Comerciantes intermediarios en las regiones					
Los destinatarios o entidades publicas compradoras					
El CNP y sus finanzas					
Los importadores de productos agrícolas					

• **Anexo 5: Encuesta a comedores escolares**

1. ¿Cuál es el nombre de la Junta Educativa?

---

2. ¿Cuántos niños y niñas aproximadamente son alimentados por su Junta Educativa?

---

3. ¿Qué porcentaje del presupuesto de la Junta se dedica a alimentación o comedores escolares?

( ) Menos del 50%

( ) Entre 50% y 75%

( ) Más del 75%

4. ¿La Junta Educativa que usted representa le compra alimentos directamente al CNP vía el PAI?

( ) Sí

( ) No

5. ¿Cómo evalúa usted los siguientes temas recibidos por el PAI del CNP?

	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Precio					
Calidad					

Disponibilidad					
Logística y entrega					
Servicio al cliente					

6. En relación con el precio de los siguientes productos, ¿considera usted que el PAI les vende más caro de lo que ustedes podrían comprar en los negocios cercanos?

	No	Sí
Arroz		
Frijoles		
Carne		
Lácteos		
Huevos		
Verduras		
Frutas		
Embutidos		
Otros		

7. ¿Considera usted que el PAI satisface adecuadamente los requerimientos de su Junta Escolar? (1 estrella: muy insatisfecho, 5 estrellas: muy satisfecho)



- **Anexo 6: Lista de Juntas Educativas que participaron**

- Junta de Administrativa del Colegio Profesional J. Orlich
- Junta de Educación San Francisco de Coronado
- Junta Educativa 4 Reinas
- Junta de Educación Escuela República de Cuba San Juanillo De Naranjo
- Junta de Administrativa Colegio Candelaria Naranjo
- Junta Educativa Isabel Yglesias Castro, San Miguel, Naranjo, Alajuela
- Junta Educativa San Rafael
- Junta Educativa San Roque De Naranjo
- Junta Educativa Rosario Naranjo
- Junta de Educación Escuela Joaquín Lorenzo Sancho
- Junta de Educación De Santa Gertrudis Del Sur De Grecia
- Junta de Educación Escuela El Achiote
- Junta Administrativa Puente De Piedra
- Junta Administrativa Liceo Deportivo De Grecia
- Jardín de Niños Simón Bolívar