

Casa Di Campo, community one with the countryside

Rodríguez-Rios, C.¹
Moreno, C.²

¹Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, Administración de empresas, Bogotá, Colombia

² Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, Ingeniería Industrial, Bogotá, Colombia

Abstract– Casa di Campo is a company that seeks to connect urban dwellers with knowledge of the countryside and allow closing the gaps that exist between the two sectors and that cause social, economic and environmental problems. To this end, a community is created that, based on the consumption of products and services offered by the company, begins with training and the use of compost bins and with day trips to the allied farm that allow a comprehensive and sustainable experience hand in hand with the countryside.

Keywords: Community, composting, sustainable development and education

Digital Object Identifier (DOI):

<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.492>

ISBN: 978-628-95207-0-5 **ISSN:** 2414-6390

Casa Di campo, comunidad uno con el campo

Rodríguez-Rios, C.¹
Moreno, C.²

¹ Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, Administración de empresas, Bogotá, Colombia

² Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, Ingeniería Industrial, Bogotá, Colombia

Resumen-*Casa di campo es una empresa que busca conectar a los habitantes urbanos con el conocimiento del campo y permitir cerrar las brechas que se dan entre los dos sectores y que ocasiona problemáticas tanto sociales, económicas y ambientales. Para ello se crea una comunidad que, a partir del consumo de productos y servicios ofrecidos por la empresa, se inicia con la capacitación y el uso de las composteras y con los pasadías en la finca aliada que permiten una experiencia integral y sostenible de la mano del campo.*

Palabras clave: *Comunidad, compostaje, desarrollo sostenible y educación.*

I. INTRODUCCIÓN

Si analizamos la situación actual de Colombia y que se replica en la mayoría de los países de Latinoamérica, se encuentran en un punto donde la brecha entre el campo y la ciudad ha traído graves problemas, como por ejemplo, los ciudadanos de las urbes urbanas producen una contaminación con miles de toneladas de basura que congestiona los botadores con material que el 70 % es orgánico [1], [2], el cual la mayoría puede ser compostable; pero la problemática va más allá de una falta de conciencia con el campo y por ende con la naturaleza, llegando a un punto que nuestro entorno pide urgentemente una agricultura sostenible [3].

Para esta “Agriculturización” se plantea crear una comunidad que vaya creciendo en la medida que viven experiencias ecológicas y agrícolas, cuando se dan la oportunidad de conocer las herramientas o prácticas que les permiten disfrutar y ayudar al medio ambiente, suministradas en los pasadías de Di Campo, es una oportunidad de salir de la monotonía y el estrés diario que tras pandemia ha crecido de sobremanera.

II. PROBLEMÁTICA

A. Desigualdad campo-ciudad

Para corroborar el problema de la desigualdad y la pobreza de los campesinos de Colombia, frente a la población urbana se puede apreciar el índice de Coeficiente Gini, que significa que la diferencia esperada en el ingreso entre dos colombianos escogidos al azar se ha incrementado en el tiempo y esto causa

una pérdida de bienestar (0 es igualdad perfecta y 1 es total desigualdad). Para el 2017, Colombia se ubica como el cuarto país más desigual del mundo, por debajo de Panamá, Honduras y Brasil, con un índice Gini del 0.497 [4]. Además, adicional a la inequidad en la distribución de tierras, a la falta de planeación en las siembras y la falta de la tecnología agropecuaria, se suman los altos costos de producción agrícola y el excesivo uso de fertilizantes artificiales [5] problemas que, entre otras cosas, ponen en riesgo la sostenibilidad alimentaria del país.

B. Excesivo uso de fertilizantes químicos

En Colombia el uso de fertilizantes químicos es alarmante, siendo los primeros en América, como se observa en la tabla 1, el excesivo uso de estos químicos produce erosión en la tierra lo que a largo plazo trae consecuencias graves [6]. Esta problemática es difícil de erradicar dado que culturalmente los campesinos esperan un beneficio inmediato y no miden las consecuencias negativas para la tierra a largo plazo. La falta de conocimiento técnico de las alternativas ecológicas no ayuda a disminuir esta práctica, además del impacto ambiental para la población en general que consume estos productos con exceso de químicos y el impacto económico para los campesinos que al aumentar el uso de los fertilizantes también aumentan el costo de producción por hectárea [7].

Tabla 1 Uso de abono sintético

País	CANTIDAD DE FERTILIZANTE USADO X HECTÁREA	País	CANTIDAD DE FERTILIZANTE USADO X HECTÁREA
COLOMBIA	659.5 KG/HA	PERÚ	127.7 KG/HA
ECUADOR	345 KG/HA	PARAGUAY	110.4 KG/HA
CHILE	293.9 KG/HA	ARGENTINA	50.3 KG/HA
BRASIL	186.1 KG/HA	BOLIVIA	7.6 KG/HA
VENEZUELA	183.5 KG/HA	EE.UU.	136.6 KG/HA
URUGUAY	143.7 KG/HA	MÉXICO	114 KG/HA
EL MUNDO	149.5 KG/HA	CANADÁ	87.6 KG/HA

Fuente: datos publicados por el Banco Mundial 2019 [8]

Esta situación no es solamente una cuestión de falta de conocimiento sino también una falta de instrumentos para lograr disminuir la aplicación de los fertilizantes, es un proceso largo, de mucha planeación y una verdadera integración entre los procesos y la información [9], así como una capacitación, preparación del compostaje y aplicación la cual puede iniciar con pruebas piloto [10].

C. Enfermedades psicológicas

Actualmente se está finalizando el vivir en una pandemia que muy seguramente nos dejará una nueva realidad y una nueva normalidad en donde estas enfermedades serán endémicas, esta situación no solo afectó la economía y arriesgo la salud de la mayoría de los seres humanos, sino que las medidas tomadas como el confinamiento trajo consigo, niveles elevados de impacto emocional reflejado en los miedos al coronavirus, problemas de sueño, y síntomas emocionales tales como preocupación, estrés, desesperanza, depresión, ansiedad, nerviosismo, e inquietud, así como intolerancia a la incertidumbre [11], el modelo de Casa Di Campo puede ser una opción para lograr mejorar los síntomas mencionados al tener un contacto directo con la naturaleza y al hacer actividad física que ayuda a generar serotoninas y melatoninas de forma natural [12], [13].

III. MODELO CANVAS CASA DI CAMPO

A. Propuesta de valor

Cómo primer paso para definir el modelo de negocio de la empresa se determina la promesa de valor para lo cual se usa la herramienta de Canvas se presenta el esquema en general en la Figura 1, qué es útil para encontrar el segmento del mercado, pero se detalla en los textos siguientes.

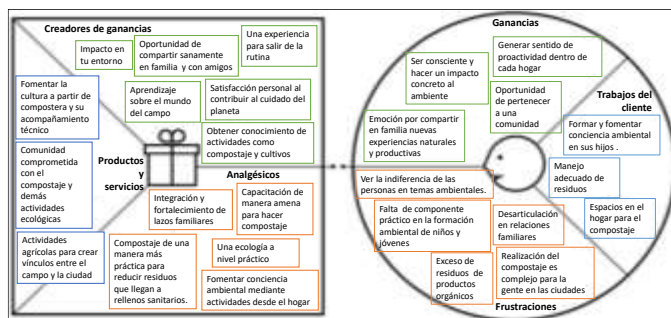


Figura 1 Perfilamiento de la promesa de valor para Casa Di Campo.
Fuente: adaptación de [14].

Donde se determinan las necesidades, las dificultades y problemas de un ciudadano urbano, tales como:

- Manejo inadecuado de residuos en el hogar por desconocimiento.
- Formar y fomentar conciencia ambiental en sus hijos.
- Disponer de espacios dentro del conjunto residencial para realizar actividades de compostaje.

También se detectan frustraciones, aspectos negativos que no tiene solucionado en la actualidad como:

- Desarticulación de las relaciones familiares, o con los hijos adolescentes.
- Falta de formación ambiental en niños y adolescentes.

- Desconocimiento de cómo realizar compostaje por los ciudadanos comunes.
- Exceso de residuos orgánicos.
- Indiferencia de las personas de la ciudad ante los temas ambientales.

Ahora bien, como aspectos positivos, deseos y expectativas se encuentran:

- Oportunidad de pertenecer a una comunidad que tiene conciencia ambiental y hacer algo para cambiar.
- Generar un cambio cultural hacia el manejo de residuos en cada hogar.
- Generar expectativas de compartir en familia nuevas experiencias con la naturaleza y con el campo.

Con base en esta información se procede a diseñar los productos y servicios:

- Cómo producto se diseña una compostera que, como innovación, tiene dos compartimentos (uno para pre-compostaje y otro para lombri-compostaje al mismo tiempo), se detalla en la sección de productos y que su tamaño se adapta a los espacios que los conjuntos residenciales puedan disponer.
- Adicionalmente, se tiene el servicio de pasadía, el cual consiste en que la familia pueda estar todo el día haciendo actividades de alistamiento de la tierra, posterior siembra, y cosechar productos alimenticios como lechuga, cebolla, especias, etc. totalmente orgánicos y que puedan vivir la experiencia de la vida del campesino, realizando actividades agrícolas.
- Así mismo, con este producto y servicio se espera que se conforme una comunidad alrededor del compostaje y de los cultivos orgánicos, para crear vínculos entre el campo y la ciudad.

Adicionalmente, se presenta como estos producto y servicio satisfacen las necesidades de los clientes:

- Satisfacción personal al contribuir al cuidado del planeta.
- Tener experiencias nuevas para salir de la rutina.
- Aprender del mundo del campo y los campesinos.
- El impacto en el entorno de su residencia.
- Oportunidad de compartir sanamente en familia y con amigos.
- Aprender sobre el compostaje y el campo.

Finalmente, se plantea cómo estos servicios benefician a los clientes y cómo se alivian sus dolores:

- Se logra una integración y fortalecimiento de los lazos familiares.
- Se realiza una capacitación de manera amena en la realización de compostaje y cultivo orgánico.
- Se logra una ecología a nivel práctico.
- Realizar el compostaje de una manera más práctica para reducir la cantidad de residuos que llegan a rellenos sanitarios.

Por lo tanto, la empresa Casa Di Campo, está dedicada a proporcionar una experiencia que garantiza una mayor

conexión entre las personas de la ciudad con el campo, a través de capacitaciones amenas, y el uso de las composteras en las unidades residenciales, con el fin de crear una cultura de buenas prácticas ambientales y promover así un desarrollo sostenible a partir del conocimiento del campo logrando un verdadero impacto agro sostenible que tanto necesita Colombia y el mundo.

B. Cliente

A continuación, se presenta un esquema del Canvas desarrollado para la empresa como se observa Figura 2:

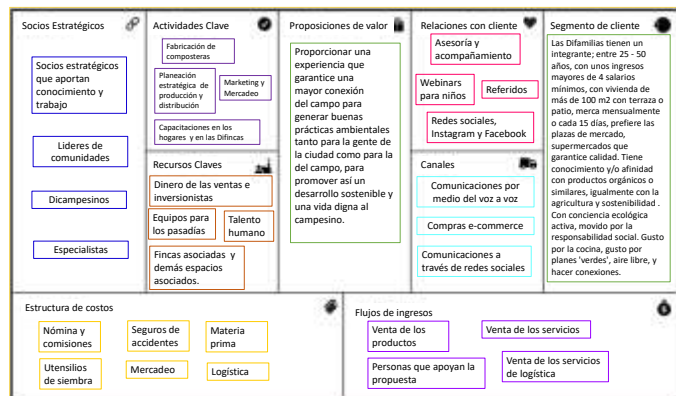


Figura 2 Canvas de Casa Di Campo. Fuente: adaptación de [15].

Se detallan los componentes para mayor claridad del modelo.

1) *Segmento de Cliente*: Los denominamos las Difamilias que consta de personas de 25 a 50 años con ingresos mayores a 4 salarios mínimos vigentes, con vivienda, con patio, terraza o un edificio con una zona para disponer residuos. Son personas que les gusta invertir en una buena alimentación que se inclinan por productos orgánicos además de tener afinidad de temas como la agricultura y la sostenibilidad.

2) *Relaciones con los Clientes*: Las Difamilias podrán tener asesoramientos y acompañamiento tanto en las Difincas como en sus hogares, de manera periódica, presencial y también de forma virtual. Adicionalmente, se ofrecerán *webinars* de expertos en temas de sostenibilidad y ecológicos.

3) *Canales*: El contacto se realiza por nuestras redes sociales Instagram y Facebook, el voz a voz será importante para comentar la experiencia, de manera virtual se tiene la supervisión de la comunidad.

C. Infraestructura

El cómo se consiguen socios estratégicos es fundamental en el modelo al tener claro que más allá de unos productos (prácticos y eficientes) y servicios (necesarios y recreativos) que son competitivamente comerciales, el foco, es un impacto sostenible; al ayudar al campo no solo de forma directa al

campesino sino generar una conciencia colectiva de las prácticas ecológicas, donde se trabaja para la conservación de los recursos. Esto se logra a partir de las implementaciones impartidas por los expertos de temas ambientales y que son prácticos tanto para implementar en la ciudad como en el campo.

Ahora bien, se tienen documentadas las actividades y recursos claves para poder llevar a cabo la producción de las composteras y prestar los servicios, adicional se cuentan con los recursos y los materiales para la construcción de las composteras, así como el conocimiento para su elaboración.

Los componentes del Canvas a tener en cuenta son:

- 1) *Socios estratégicos*: esta parte es fundamental para Casa di Campo por lo que le generación de conocimiento es la clave y por esto se tiene una alianza con expertos que ayudan a impartir las capacitaciones y conferencias para la comunidad. Ahora bien, a nivel logístico los Dicampesinos son una parte crucial para poder hacer los Pasadías, pero también como parte central de la estrategia sostenible. Además, para mejorar nuestro alcance y penetración en el mercado nos aliamos con líderes de comunidades.
- 2) *Actividades claves*: planeación, fabricación, venta y distribución de las composteras. Por otro lado, hay que gestionar las relaciones con los Dicampesinos con el fin de realizar los Pasadías de la mano de ellos además de ayudar les hacer agro sostenibles. Por último, como toda empresa hay que llevar una contabilidad y hacer el marketing respectivo.
- 3) *Recursos claves*: Por parte de los recursos físicos hay que tener en cuenta la materia prima y herramientas para realizar las composteras. Así como el capital intelectual es muy valioso dado que garantiza una experiencia integral, también, el recurso humano es crucial, los Dicampesinos y los expertos en temas agroecológicos.

D. Viabilidad económica

En este punto ya se tiene la planeación lista solo falta llevarla a la realidad y poder sustentar el inicio de la operación, los costos que en su mayoría son variables dependen de la producción de las composteras que se lleven a cabo.

- 1) *Costo estructural*: en este se contempla los siguientes componentes; nómina, prestaciones, comisiones, desarrollo de producto y otros temas administrativos como mercadeo y demás trámites legales. Estos componentes al año suman una cantidad de COP18.000.000 a continuación se presentan los costos fijos y variables del producto y servicio planeados para Di campo en la Tabla 2.

Tabla2. Costos fijos y variables del producto Compostera

COSTOS VARIABLES			
	Precio Unidad	Cantidad	Por compostera
Caneca	\$ 8.000	1	\$ 8.000
Base madera	\$ 70.000	1	\$ 70.000
Rodamiento	\$ 30.000	1	\$ 30.000
Eje	\$ 20.000	1	\$ 20.000
Tornillo	\$ 15.000	1	\$ 15.000
Lombrices	\$ 7.000	0.5	\$ 3.500
División	\$ 15.000	1	\$ 15.000
Tierra (bulto)	\$ 10.000	0.2	\$ 2.000
Aserrín (bulto)	\$ 5.000	0.5	\$ 2.500
TOTAL			\$ 166.000

COSTOS FIJOS			
	Precio Unidad	Cantidad	Por compostera
Herramientas	\$ 2.000	0.2	\$ 400
Hora de trabajo operario	\$ 4.200	5	\$ 21.000
Servicios	\$ 5.000	1	\$ 5.000
Almacenaje	\$ 8.000	1	\$ 8.000
TOTAL			\$ 34.400
Costo compostera			\$ 200.400
Precio compostera			\$ 260.003

Fuente: Elaboración propia

Cómo se observa, el precio de la compostera sería de COP260.000, ya se cuenta con un PMV, pero aún no se han iniciado las ventas, se considera que estas composteras pueden ser usadas en conjuntos residenciales de casas o apartamentos.

Ahora bien, adicional está el servicio de los pasadías, que se explica en el siguiente aparte, pero se presentan los costos fijos y variables del servicio en las Tablas 3 y Tabla 4, a continuación:

Tabla 3. Costos variables del servicio de Pasadía

COSTOS VARIABLES			
	Precio Unitario	Cantidad	Por persona
Tarjeta + Carta bienvenida	\$ 3.500	1	\$ 3.500
Camiseta	\$ 10.000	1	\$ 10.000
Cesta	\$ 12.000	0.25	\$ 3.000
Mini Pala (alquiler)	\$ 1.000	0.25	\$ 250
Guantes (alquiler)	\$ 1.000	0.25	\$ 250
Campesino l Supervisor (día)	\$ 35.000	0.125	\$ 4.375
Plántulas X40	\$ 7.000	1	\$ 7.000
Abono (bulto)	\$ 45.000	0.1	\$ 4.500
Cal (bulto)	\$ 35.000	0.1	\$ 3.500
Tierra (bulto)	\$ 10.000	0.1	\$ 1.000
Aserrín (bulto)	\$ 8.000	0.2	\$ 1.600
TOTAL			\$ 48.975

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Costos fijos del servicio de Pasadía

COSTOS FIJOS			
	Precio Unidad	Cantidad	Por Persona
Agendamiento	\$ 2.000	1	\$ 2.000
Terreno (M^2) arriendo	\$ 700	8	\$ 5.600
Trabajo campesino (hora)	\$ 4.500	1.5	\$ 6.750
Caminatas	\$ 15.000	0.25	\$ 3.750
Talleres	\$ 15.000	0.25	\$ 3.750
TOTAL			\$ 21.850
Costo Pasadia			\$ 51.706
Precio			\$ 62.387

Fuente: Elaboración propia

2) *Flujo de ingresos*: los ingresos de Casa Di Campo están dados por la venta de los mismos, los cuales tienen un margen de ganancias del 30% aproximadamente. Cabe aclarar que están en desarrollo otras experiencias que aumentarán las ganancias y diversificar más las fuentes de ingresos.

La distribución del ingreso como se observa en los costos del pasadía tiene incluido los pagos al supervisor y al trabajador que ambos son campesinos. Inicialmente, no se cuenta el alquiler de la finca, ya que es vivienda familiar y queda ubicada en Zipaquirá, pero más adelante se piensa en que este modelo se puede replicar en otras fincas, donde posiblemente haya que pagar un valor adicional de alquiler.

IV. PRODUCTOS Y SERVICIOS CASA DI CAMPO

A. Compostera CdC 2.0

Se inicia fomentando el compostaje porque es una práctica de gran impacto que todos deberían realizar, más que moda es una responsabilidad. Ahora bien, una compostera es un recipiente donde se puede descomponer la materia orgánica que se va depositando con el objetivo de obtener un abono ecológico que sirve para nutrir a las plantas [10], [16].

La compostera Casa Di Campo es innovadora al combinar el proceso de pre compostaje con el lombri-compostaje, como se muestra en la Figura 3 ahí se observa los dos compartimentos. Esto es una ventaja porque evita los malos olores que normalmente se dan en el proceso, también es más rápido porque al tener movimiento, se mezclan los elementos facilitando el proceso.



Figura 3 Prototipo de la compostera funcionando. Fuente: foto propia.

Ocupa 1.5 m2, por otro lado, cuenta con un sistema de ventilación en su eje como uno de escape de lixiviados, un tornillo sin fin para el paso y remoción del material de una zona a la otra. Este es la última versión, pero ya se está trabajando en una nueva versión 3.0 tras ya evaluar el prototipo que a pesar de ser funcional dio la oportunidad de ver las opciones de mejora.

La mejora constara de presidir de la basa al hacer lo tipo caja, pero sin perder todas sus características y si adicionar

B. Pasadías

Los Pasadías más que un servicio ofrecido es una experiencia de transformar la perspectiva y tomar conciencia sobre el campo. El Pasadía funciona se lleva a la comunidad a las fincas de los Dicampesinos que se asocian con nosotros con el fin de que se muestre los procesos que se llevan a cabo ahí.

Esto permite impactar en la educación de los hogares capitalinos, los Dicampesinos además de recibir un incentivo económico se les muestran y enseñan prácticas sostenibles para sus laborales, un ejemplo se observa en la Figura 4.



Figura 4. Ejemplo de actividad de Pasadía. Fuente: foto propia.

C. Productos en desarrollo.

En cuanto a productos en desarrollo están: implementar huertas hidropónicas o/y con abono elaborado por la misma comunidad, esto se podría realizar en macetas que se adapten a la necesidad de los clientes, o en muros verticales. Desarrollar el concepto de “Comunidad”, donde se tengan valores ambientales en común, que se puedan compartir experiencias, contactos, crear grupos de interés en redes sociales, etc. de igual forma esto puede favorecer la idea de las capacitaciones, dónde no solamente a las familias que vayan al Pasadía puedan acceder, sino que pueda ser más abierta a la comunidad o incluso a personas particulares que quieran iniciar con los procesos de acercamiento al campo.

Así mismo, está planeado trabajar en determinar las estrategias para obtener el *feed back* y mejoras de producto, escuchar a los clientes para tener un proceso de mejora continuo tanto para la compostera como para los servicios asociados.

V. CONCLUSIONES

Es una empresa experiencial con un propósito muy claro, que a partir del conocimiento el campo se logre un verdadero impacto agro sostenible que tanto necesita Colombia y el mundo. Es un proyecto ambicioso pero que tiene bases sólidas en un modelo que tiene varios retos, pero está planeado y diseñado de tal forma para que se pueda llevar a cabo. Por qué más allá de una compostera o unos Pasadías educativos es la interacción entre los Dicampesinos y los ciudadanos para crecer juntos.

En los Pasadías que se han realizado se denota que el cliente tiene un sentido de cuidar el medio ambiente y quiere profundizar en esos temas, además, se alegra por pertenecer a una comunidad que comparte ese gusto. Adicional, han manifestado que pasaron un rato familiar muy agradable y sienten que la educación ambiental se queda muchas veces en lo teórico y que es mejor tener la experiencia práctica que se complementa perfectamente con la experiencia del compostaje y posteriores actividades que promoverá Casa Di Campo.

REFERENCIAS

- [1] M. Solíz, *La basura como naturaleza. La basura con derechos*, Primera. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, 2021.
- [2] M. Bianco, “Innovation in social studies of agricultural processes evolution and emphasis on Latin America,” *Agrociencia Uruguay*, vol. 24, no. 1, pp. 1–15, 2020.
- [3] Á. Acevedo-Orsorio, J. Santoyo-Sánchez, P. Guzmán, and N. Jiménez-Reinales, “La Agricultura Familiar frente al modelo extractivista de desarrollo rural en Colombia,” *Gestión y Ambient.*, vol. 21, no. 2, pp. 144–154, 2018.
- [4] S. Kalmanovitz and E. López, “La Agricultura en Colombia entre 1950 y 2000,” in *La agricultura en el siglo XX*, 2006, p. 46.
- [5] E. Pérez, “El mundo rural latinoamericano y la nueva ruralidad,” *Nómadas*, vol. 20, no. 1, pp. 180–193, 2004.
- [6] B. E. Ortiz, R. González, J. C. Fernández, and V. García, “Agricultura circular,” *Rev. Univ. La Salle*, vol. 2021, no. 87, pp. 197–213, 2021.
- [7] B. Volverás-Mambuscay, C. González-Chavarro, B. Huertas, E. Kopp-Sanabria, and J. Ramírez-Durán, “Effect of the organic and mineral fertilizer on the performance of sugarcane yield in Nariño, Colombia,” *Agron. Mesoamerican*, vol. 31, no. 3, pp. 547–565, 2020.
- [8] B. Mundial, “Consumo de fertilizantes (kilogramos por hectárea de tierras cultivables),” *Microdatos*, 2019. [Online]. Available: <https://datos.bancomundial.org/indicador/AG.CON.FERT.Z.S>. [Accessed: 07-Jun-2022].
- [9] C. Y. Rodríguez-Rios and J. E. Roa-Sánchez, “Model to measure the effect of the integration of information in business processes. Example: bidding process for an industry,” *Bus. Process Manag. J.*, vol. 28, no. 1, pp. 81–112, 2022.
- [10] C. Calderón and L. Torres, “Manual para el desarrollo de huertas urbanas con compostaje casero para conjuntos residenciales en Bogotá,” Universidad de la Salle, 2021.
- [11] B. Sandín, R. Valiente, J. García-Escalera, and P. Chorot, “Psychological impact of the COVID-19 pandemic: Negative and positive effects in Spanish people during the mandatory national quarantine,” *Rev. Psicopatol. y Psicol. Clin.*, vol. 25, no. 1, pp. 1–22, 2020.
- [12] R. Bisquerra, “Educación física, competencias básicas y educación emocional,” *Rev. Digit. Educ. Física*, vol. 2, no. 11, pp. 4–6, 2011.
- [13] L. Serna, “Revisión documental sobre los aspectos bioquímicos y nutricionales determinantes de la síntesis y acción de la serotonina y melatonina en pacientes con

trastorno depresivo mayor,” Universidad Católica de Oriente, 2020.

- [14] A. Strategyzer, “The Value Proposition Canvas,” *Canvases visualize complex business issues simply and collaboratively. Used by millions worldwide*, 2020. [Online]. Available: <https://n9.cl/w2oxr>. [Accessed: 01-Feb-2022]
- [15] A. Strategyzer, “The Business Model Canvas,” *Canvases visualize complex business issues simply and collaboratively. Used by millions worldwide*, 2020. [Online]. Available: <https://n9.cl/i1gaf>. [Accessed: 01-Feb-2022].
- [16] C. J. Castillo Ríos, “Elaboración de compost en Manizales a partir de residuos orgánicos urbanos,” *Luna Azul*, vol. 4, no. 18, pp. 12–18, 1998.