

**Bello Fruto, Mercados Campesinos: Impacto y Sostenibilidad de una
Innovación Social Productiva**

Cristian Camilo Zuleta Pérez & Verónica Cardona Arteaga

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNA
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Diplomado en innovación social.

Diciembre 2024.

Resumen

Este estudio sistematizó la experiencia de la iniciativa *Bello Fruto, Mercados Campesinos*, liderada por la Alcaldía de Bello, Antioquia. El objetivo fue analizar su maduración a través del modelo *Technology Readiness Levels* (TRL), evaluando su impacto social, económico y su sostenibilidad. Mediante una metodología cualitativa basada en la sistematización de experiencias y la perspectiva de la psicología social comunitaria, se recopiló datos a través de entrevistas, análisis documental y observación en campo. Los resultados destacan el fortalecimiento de la economía rural, la reducción de intermediarios, y el empoderamiento de los campesinos mediante formación y organización autónoma. Además, se identificaron estrategias para mejorar la articulación entre actores y promover la replicabilidad del modelo en otros contextos. Concluye que la iniciativa representa un ejemplo exitoso de innovación social, promoviendo el desarrollo sostenible y la cohesión social entre las comunidades rurales y urbanas.

Palabras clave

Innovación social, mercados campesinos, sostenibilidad, empoderamiento comunitario, economía rural.

Abstract

This study systematized the experience of the *Bello Fruto, Mercados Campesinos* initiative, led by the Municipality of Bello, Antioquia. The objective was to analyze its maturation through the Technology Readiness Levels (TRL) model, evaluating its social, economic, and sustainability impact. Using a qualitative methodology based on the systematization of experiences and the perspective of community social psychology, data were collected through interviews, document analysis, and field observation. The results highlight the strengthening of the rural economy, the reduction of intermediaries, and the empowerment of farmers through training and autonomous organization. Additionally, strategies were identified to improve coordination among stakeholders and promote the replicability of the model in other contexts. The study concludes that the initiative represents a successful example of social innovation, fostering sustainable development and social cohesion between rural and urban communities.

Keywords

Social innovation, farmers' markets, sustainability, community empowerment, rural economy.

Tabla de Contenido

Introducción	6
Metodología	7
Etapas de la Sistematización	8
Selección de la Experiencia de Innovación Social	8
Definición del Objetivo y Marco de Referencia	8
Recolección de Información.....	9
Trabajo de Campo	9
Análisis de la Información	9
Fases del Proceso de Investigación	10
Identificación de Actores Sociales Clave.....	10
Análisis Documental	13
Resultados	16
Gestión de las Ideas y de la Creatividad	16
Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo	17
Gestión del Proceso	18
Gestión de las Oportunidades y Gestión del Cambio / Apropiación Social y Capital Social..	19
Conclusiones y recomendaciones.....	21
Recomendaciones.....	22

1. Fortalecer el acompañamiento psicosocial	22
2. Promover la resiliencia comunitaria	22
3. Implementar programas de liderazgo comunitario	22
4. Desarrollar una evaluación continua del impacto psicológico y social.....	22
5. Incluir a jóvenes y mujeres en los procesos de formación y liderazgo.....	22
Referencias.....	23

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz de actores.....	10
Tabla 2. Matriz de inventario documental	13

Introducción

Bello Fruto, Mercados Campesinos, es una iniciativa promovida por la Alcaldía de Bello, Antioquia, que fomenta la comercialización directa entre pequeños agricultores y consumidores urbanos. Esta experiencia se clasifica como una organización social con fines productivos (Jailler et al., 2020), ya que establece un modelo de mercado sin intermediarios, donde los campesinos pueden ofrecer productos frescos y orgánicos, reduciendo la desigualdad en sus ingresos y fortaleciendo la economía local. Al eliminar intermediarios, se promueve el consumo de productos locales, fortaleciendo la relación entre lo urbano y lo rural, y fomentando la cohesión social (Medina & Basurto, 2018).

El ecosistema de actores incluye a los campesinos locales como proveedores principales, quienes reciben capacitación en prácticas agrícolas sostenibles; a la Alcaldía de Bello, que actúa como promotora y coordinadora de recursos logísticos y financieros; y a los consumidores urbanos, que contribuyen a la economía local al preferir productos directos del productor. Además, participan organizaciones sociales y académicas, que brindan apoyo técnico para garantizar la sostenibilidad del modelo (Jailler et al., 2020; Bettaglio, 2021). Este enfoque se alinea con la definición de innovación social como un proceso colectivo que genera nuevas prácticas y habilidades organizativas para el cambio social (Domanski et al., 2016).

El objetivo de esta sistematización es analizar el grado de maduración de Bello Fruto mediante el modelo *Technology Readiness Levels* (TRL), evaluando su preparación para la consolidación y escalabilidad. Este análisis permitirá identificar áreas de mejora que fortalezcan su impacto y sostenibilidad, garantizando su replicabilidad en otros contextos rurales y urbanos. Con ello, se busca posicionar a Bello Fruto como un modelo de comercio justo y sostenible, además de inspirar políticas públicas orientadas al desarrollo de mercados campesinos en Colombia (Medina & Basurto, 2018; Salamanca, 2020).

Metodología

La metodología de este estudio se fundamenta en un enfoque cualitativo, desarrollado bajo la modalidad de sistematización de experiencias, y enriquecido con los principios de la **Teoría de la Realidad Local (TRL)**. Este enfoque crítico del proyecto **Bello Fruto** se basa en conocimientos previos y se aborda desde el paradigma social-comunitario, que resalta la importancia de la participación comunitaria y la transformación social en los procesos de intervención.

La **psicología social comunitaria (PSC)**, una especialidad que surge como respuesta a las limitaciones del paradigma psicológico tradicional, ha sido esencial en este análisis. Desde su origen en Estados Unidos en 1965, como reacción a injusticias sociales y enfoques centrados únicamente en lo individual (Newbrough, 1992), esta disciplina se ha centrado en promover el empoderamiento y la transformación social. Montero (1984) define la PSC como “la rama de la psicología cuyo objeto es el estudio de los factores psicosociales que permitan desarrollar, fomentar y mantener el control y poder que los individuos pueden ejercer sobre su ambiente individual y social para solucionar problemas que los aquejan y lograr cambios en esos ambientes y en la estructura social” (p. 390). Este marco conceptual permitió abordar el proyecto Bello Fruto no solo como una iniciativa de innovación social, sino también como un ejercicio de empoderamiento y desarrollo comunitario.

A partir de los conceptos de la **TRL**, que incorpora dimensiones clave para evaluar y medir la innovación social, se analizó el proyecto Bello Fruto en términos de:

Gestión de las Ideas y de la Creatividad, que resalta cómo las soluciones innovadoras nacen de las necesidades y capacidades locales.

Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo, destacando los procesos participativos que conectan actores institucionales y comunitarios.

Gestión del Proceso, evaluando la sostenibilidad de las acciones implementadas.

Gestión del Cambio y Apropiación Social / Capital Social, reconociendo los logros en cohesión comunitaria y transformación estructural.

La sistematización de la experiencia permitió generar espacios de diálogo e intercambio entre la administración pública—representada por la Alcaldía de Bello y su Secretaría de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural—y los participantes del proyecto. Este proceso, analizado bajo el enfoque combinado de la PSC y la TRL, proporcionó una visión integral del impacto del proyecto en la economía familiar y local. Asimismo, permitió identificar su capacidad para promover un cambio estructural sostenible y replicable en otras comunidades, consolidando su potencial como modelo de innovación social.

En este marco, el trabajo metodológico no solo permitió documentar las acciones y resultados del proyecto, sino también reflexionar sobre su significado psicosocial, destacando el papel de las dinámicas comunitarias y las alianzas interinstitucionales como factores clave para su éxito.

Etapas de la Sistematización:

Selección de la Experiencia de Innovación Social

La selección de *Bello Fruto* como objeto de estudio responde a su relevancia como modelo de fortalecimiento económico y social. Este proyecto promueve la comercialización directa entre pequeños agricultores y consumidores, eliminando intermediarios y fomentando prácticas sostenibles. La elección fue validada considerando su alineación con los principios de innovación social, definidos en la TRL, y con los enfoques participativos y de empoderamiento promovidos por la PSC (Montero, 1984; Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Definición del Objetivo y Marco de Referencia

Se estableció un marco teórico y metodológico que guió la sistematización. Este marco, sustentado en las categorías de la TRL, incluyó la **Gestión de las Ideas y de la Creatividad**, la

Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo, la Gestión del Proceso, y la Gestión del Cambio y Apropiación Social / Capital Social. A partir de estos conceptos, se definieron objetivos específicos enfocados en analizar los factores psicosociales que impulsan la sostenibilidad del proyecto, así como en identificar las oportunidades de mejora.

Recolección de Información

Se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis documental. Las entrevistas incluyeron a actores clave, como Juliana Loaiza, coordinadora del proyecto, proporcionando datos relevantes sobre el diseño, implementación y logros del programa. Esta información fue registrada a través de grabaciones y notas detalladas. Las observaciones realizadas durante las visitas a los mercados campesinos permitieron documentar las dinámicas logísticas y sociales, mientras que el análisis de documentos institucionales enriqueció el contexto general del proyecto. Para garantizar la fiabilidad de los datos, todos los registros fueron sistematizados en matrices analíticas que conectaron directamente las técnicas utilizadas con los resultados obtenidos (Hernández Sampieri et al., 2014).

Trabajo de Campo

Se desarrolló en el marco de visitas a espacios de capacitación y comercialización, lo que facilitó un entendimiento práctico de las operaciones del proyecto. Además, estas actividades permitieron identificar los desafíos enfrentados por los agricultores y las oportunidades de mejora en las dinámicas de interacción con la comunidad. La documentación incluyó entrevistas en video y registros escritos que reflejaron la riqueza del proceso.

Análisis de la Información

El análisis de la información se abordó desde un enfoque interpretativo que, al integrar las perspectivas de la TRL y la PSC, permitió identificar patrones y relaciones clave dentro de la experiencia. El uso de matrices facilitó la organización y comparación de los datos, destacando

logros como la cohesión comunitaria y el fortalecimiento del capital social, así como desafíos relacionados con la sostenibilidad financiera y la replicabilidad del modelo en otras comunidades.

Fases del Proceso de Investigación:

Identificación de Actores Sociales Clave

La identificación de actores sociales clave, como la Alcaldía de Bello, la Secretaría de Medio Ambiente, la asociación de campesinos y entidades privadas de apoyo, subrayó la importancia de la colaboración interinstitucional. Cada actor cumple un rol fundamental en el éxito del proyecto, desde el diseño y financiamiento hasta la ejecución operativa. Este análisis no solo contextualizó las dinámicas actuales, sino que también proporcionó insumos para formular recomendaciones orientadas a potenciar el impacto del proyecto.

Tabla 1.

Matriz de actores.

Identificación de actores sociales	Perfil y cualidades	Rol en la experiencia
Alcaldía de Bello	Ente gubernamental que encabeza el desarrollo de las acciones en pro de la población Bellanita.	Facilitador de espacios para el fortalecimiento, la capacitación y desarrollo de mercados campesinos desde el 2020.
Lorena González Alcaldesa		

Secretaría de Medio Ambiente vivienda y desarrollo rural. David Lopera – secretario de despacho.	Dependencia gubernamental y personas directoras del desarrollo ambiental y rural.	Impulsa el desarrollo de mercados campesinos, permitiendo materializar la iniciativa en espacios como el parque principal, unidad deportiva y otros lugares con todo lo relacionado con la logística.
Sara Jurado – directora de desarrollo rural.		
Juliana Loaiza	Contratista profesional de la secretaría de medio	Su rol es la coordinación desde la administración pública, facilitando espacios de agremiación, identificando crecimiento empresarial,
Coordinadora de la línea estratégica Bello Fruto – Mercados campesinos	ambiente, vivienda y desarrollo rural con formación en producción y seguridad alimentaria.	conocimiento tecnológico, articulación entre productores y comercializadores como procesos de creación de empresa. Responsable de la conformación de la asociación de mercados campesinos Bello Fruto.
	Proactiva y líder dentro del proyecto.	Enlace entre la administración pública y los campesinos que comercializan sus productos.

Martha Lucia	Secretaría de la	Vigilar y generar actas de compromiso, reuniones y
Ramírez Jaramillo	asociación de campesinos Bello Fruto.	acciones de la asociación de campesinos Bello Fruto.
Guillermo León	Fiscal de la	Vigilar y proteger los recursos económicos que se
Cataño Muñoz	asociación de campesinos Bello Fruto.	generan como asociación de campesinos de Bello Fruto.
Cámaras de Comercio del Norte	Ente privado que regula las relacione comerciales.	Facilita la capacitación y formalización de proyectos productivos.
Fundaciones Interactuar y Unidad Solidaria	Actores del sector privado que impulsan las iniciativas de emprendimiento.	Brindan capacitaciones en competencias de creación de empresa, permitiendo aduanalmente el financiamiento de los proyectos viables en el marco del proyecto Bello fruto mercados campesinos.

Fuente: *Elaboración propia.*

Análisis Documental

Para organizar la información obtenida, se utilizó una matriz de inventario documental que incluyó entrevistas, fotografías de eventos y documentos institucionales que respaldan la evolución y el impacto del proyecto en la comunidad.

Tabla 2.

Matriz de inventario documental.

Tipo de formato	# de formatos revisados	Ubicación digital o física	Resumen de contenido y Fecha	Tipo de evidencia
Entrevista	1	Digital. Entrevista realizada en el marco del trabajo de campo a la coordinadora del programa Bello Fruto mercados campesinos Juliana Loaiza. https://youtu.be/_6LEGJxvX3g	En la entrevista se puede evidenciar a través de las palabras de la coordinadora de Mercados campesinos proyecto Bello Fruto la evolución, implementación y desarrollo de la iniciativa, desde sus inicios, su objetivo y la vinculación de diferentes actores públicos como privados dentro del	Material adicional, secundario digital.

			desarrollo de la innovación social sistematizada. 17 de octubre del 2024.	
Fotografía	10	10 digitales. Pagina de Facebook de la secretaria de medio ambiente, vivienda y desarrollo rural del municipio de Bello. https://www.facebook.com/sha re/p/zgCv4ofqWYgGFpmG/	En las fotografías se logra evidenciar las diferentes actividades que se realizan en el marco de merados campesinos Bello Fruto el 20 de octubre del año 2024.	Evidencia digital en redes sociales.
Documento institucional	1	Digital. Página Web principal de la alcaldía de Bello, https://www.bello.gov.co/plane	En la página Web se puede evidenciar y consultar el plan de	Evidencia digital principal.

[s/plan-de-desarrollo--](#)

[municipio-de-bello](#)

desarrollo

municipal 2024 –

2027 en su línea

estratégica # 4

“Juntos

construimos el

desarrollo rural y

ambiental”,

componente

agricultura y

desarrollo rural,

programa 4.1.1:

Juntos construimos

un campo vivo.

Fuente: *Elaboración Propia.*

En conclusión, la metodología aplicada combinó un enfoque riguroso en la recolección y análisis de datos con una perspectiva crítica que permitió evidenciar tanto los aciertos como las áreas de mejora del proyecto *Bello Fruto*. Al vincular los principios de la TRL y la PSC con las prácticas de sistematización, se logró construir una visión integral de esta experiencia de innovación social, resaltando su potencial como modelo replicable y sostenible en contextos similares.

Resultados

La implementación de la metodología TLR (Teoría de la Realidad Local) en el análisis del proyecto *Mercados Campesinos Bello Fruto* ha permitido explorar y comprender las distintas dimensiones en las que se ha gestado, desarrollado y consolidado este emprendimiento social. A continuación, se presentan los hallazgos agrupados según las categorías planteadas en la metodología: Gestión de las Ideas y de la Creatividad, Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo, Gestión del Proceso, y Gestión de las Oportunidades y Gestión del Cambio / Apropiación Social y Capital Social.

La experiencia "Bello Fruto, Mercados Campesinos" se presenta como un esfuerzo multifacético que se encuentra en distintas etapas de maduración según las actividades de I+D+i. Mientras que la gestión del desarrollo interactivo se sitúa en la fase de formulación conceptual, las áreas de gestión del proceso y gestión de oportunidades muestran un avance más considerable, indicando que la iniciativa tiene el potencial de continuar evolucionando y eventualmente alcanzar niveles más altos de maduración, como TRL 7 y 8. Este potencial se apoya en la interacción continua con los actores involucrados y en la implementación de ajustes basados en la retroalimentación obtenida, lo que permitirá que la experiencia "Bello Fruto" se convierta en un modelo replicable y sostenible en otras comunidades arrojando un aproximado acumulativo de 7 dentro del índice TRL.

Gestión de las Ideas y de la Creatividad

El proyecto *Mercados Campesinos Bello Fruto* nació como una iniciativa de la administración municipal 2020-2023 bajo el liderazgo del alcalde Óscar Andrés Pérez Muñoz, con el objetivo de promover el desarrollo rural y reducir la brecha entre el campo y la ciudad. En su

concepción, la idea buscaba incentivar el consumo de productos locales frescos, promoviendo la comercialización directa de los campesinos hacia los consumidores urbanos, lo que contribuye a la reducción de la intermediación y mejora los ingresos de los pequeños productores.

Los actores involucrados en esta fase inicial fueron la administración municipal, especialmente la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Rural, así como campesinos del corregimiento de San Félix y líderes sociales locales. Este enfoque colaborativo permitió que el proyecto no solo fuera concebido desde una perspectiva institucional, sino también con la participación activa de los productores, quienes identificaron la necesidad de mejorar la comercialización de sus productos. Este proceso de cocreación entre actores institucionales y comunitarios es un claro ejemplo de la gestión creativa que da lugar a una solución a medida de las necesidades locales.

El proyecto también se propuso resolver diversos problemas sociales adicionales, como el desempleo, la falta de acceso a la educación y la informalidad laboral, todos agravados por la escasa competitividad de los pequeños productores en los mercados urbanos. De esta forma, la gestión de la creatividad no solo se limitó a la idea de los mercados campesinos, sino que se extendió a la resolución de problemas estructurales que afectan a la comunidad, como el acceso a mercados y la generación de empleo estable.

Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo

El proyecto se lleva a cabo en el municipio de Bello, Antioquia, donde los mercados campesinos se instalan en el parque principal los domingos. En cuanto a la población beneficiada, la principal beneficiaria son los campesinos de la región, quienes encuentran en estos mercados una plataforma para comercializar directamente sus productos, eliminando la necesidad de

intermediarios que históricamente les han reducido los márgenes de ganancia. De manera indirecta, también se benefician los consumidores urbanos, quienes tienen acceso a productos frescos y de calidad a precios más accesibles.

El desarrollo del proyecto ha sido un esfuerzo colaborativo en el que participan tanto personas naturales como jurídicas. Los campesinos, como actores clave, aportan los productos, mientras que la administración pública facilita la organización logística y los espacios de comercialización. El sector privado, por su parte, colabora en la capacitación y el apoyo financiero. Esta interacción entre los distintos actores ha sido crucial para que el proyecto sea viable y sostenible a largo plazo.

Una de las actividades fundamentales del proyecto ha sido la formación de los campesinos en aspectos clave como la administración de empresas, la gestión de cadenas productivas y las estrategias de comercialización. Esta capacitación no solo ha permitido a los productores mejorar la calidad de sus productos, sino que también ha fomentado la formalización de la Asociación de Mercados Campesinos Bello Fruto, que ahora se encarga de organizar y gestionar las actividades del proyecto de manera autónoma. La creación de esta estructura organizativa formal ha sido un hito importante en el proceso, ya que garantiza la sostenibilidad y continuidad del proyecto.

Gestión del Proceso

En cuanto a la estructura organizativa, el proyecto ha avanzado significativamente en la formalización de la Asociación de Mercado Campesino Bello Fruto. La constitución legal de esta asociación como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) ha sido un paso fundamental para darle estabilidad jurídica y comercial al proyecto. Este proceso ha sido acompañado por la Secretaría de Medio Ambiente, vivienda y Desarrollo Rural, que ha proporcionado asesoría jurídica, financiera y logística a los miembros de la asociación.

Para garantizar la permanencia y sostenibilidad del proyecto, se han implementado diversas estrategias, tales como el fortalecimiento de la relación con los campesinos a través de la formación continua y el apoyo logístico de la administración pública. A largo plazo, la asociación busca establecer lazos estratégicos con el sector privado para acceder a nuevos mercados y mejorar la competitividad de los productos. Este enfoque de colaboración interinstitucional y público-privada es clave para asegurar la viabilidad del proyecto en el tiempo.

A nivel de los aprendizajes obtenidos, se ha evidenciado que el proyecto ha proporcionado a los miembros de la comunidad una valiosa experiencia en gestión empresarial, fortaleciendo las capacidades de los campesinos para mejorar la calidad de sus productos y servicios. Asimismo, ha favorecido la creación de nuevos puestos de trabajo y ha promovido la autosuficiencia de la comunidad, lo que ha incrementado el sentido de pertenencia y cohesión social entre los productores.

Gestión de las Oportunidades y Gestión del Cambio / Apropiación Social y Capital Social

El proyecto ha generado un aprendizaje significativo en términos de colaboración, constancia y trabajo en equipo. Estos valores han sido fundamentales para mantener la competitividad del grupo y fortalecer su identidad, tanto entre los productores como entre los consumidores. Además, la iniciativa ha fomentado la apropiación social, ya que ha permitido a los productores locales sentir que son parte de una red económica que los beneficia directamente, en lugar de depender de un mercado externo.

La receptividad de la comunidad frente al proyecto ha sido muy positiva, ya que se ha logrado crear una relación de confianza tanto entre los productores y los consumidores como entre los distintos actores involucrados. Aunque no se han formalizado alianzas con otras comunidades,

el proyecto ha generado un interés por parte de otras regiones que podrían adoptar la experiencia para resolver problemáticas similares.

En cuanto a las oportunidades de expansión, el proyecto ha identificado algunas barreras logísticas, como los altos costos de transporte, que han dificultado la colaboración con otros mercados. Sin embargo, la experiencia adquirida desde 2020 ha motivado a los miembros de la asociación a considerar nuevas alianzas y la posibilidad de replicar el modelo en otras áreas rurales, promoviendo la autosuficiencia alimentaria y el consumo de productos locales en otras regiones.

Conclusión

Los hallazgos de la aplicación de la metodología TLR al proyecto *Mercados Campesinos Bello Fruto* han revelado que este es un ejemplo exitoso de cómo un enfoque colaborativo e interinstitucional puede generar soluciones creativas a problemas sociales complejos, como el desempleo y la informalidad laboral en las zonas rurales. La gestión efectiva de las ideas, el desarrollo interactivo del proyecto, la estructura organizativa y la gestión de las oportunidades han sido clave para su éxito y sostenibilidad. Además, el proyecto ha favorecido la creación de un capital social que fortalece la cohesión comunitaria y la identidad local, abriendo nuevas oportunidades de crecimiento para los productores y consumidores.

Este proyecto muestra que el nivel de maduración del proyecto se encuentra en una fase avanzada de madurez (cerca del TRL 7-8), lo que facilita su expansión y replicabilidad en otras zonas rurales con condiciones similares.

Conclusiones y recomendaciones

La innovación social, entendida como una estrategia para responder a las necesidades de las comunidades mediante soluciones creativas y sostenibles, se ha convertido en una herramienta clave para transformar dinámicas sociales, económicas y psicológicas. La experiencia de **Bello Fruto, Mercados Campesinos** se enmarca en este concepto, ya que no solo impulsa el desarrollo económico de los pequeños productores rurales, sino que también fortalece el empoderamiento personal y comunitario, promoviendo el bienestar integral de sus participantes.

En este contexto, el empoderamiento tiene un papel central. Tal como plantean Maton (2008) y Montero (2009a), este concepto implica tanto el desarrollo de competencias individuales como la participación activa en el entorno comunitario. En el caso de Bello Fruto, los productores han encontrado un espacio donde sus habilidades y experiencias son valoradas, lo que les permite transformar las dinámicas de poder tradicionales asociadas a la comercialización de bienes agrícolas. Este empoderamiento es clave para que las comunidades rurales puedan insertarse de manera efectiva en el sistema económico y mejorar su calidad de vida.

Asimismo, la perspectiva de Rappaport (1981) destaca la importancia de crear espacios de encuentro y aprendizaje colaborativo, donde las comunidades puedan definir y alcanzar sus propios objetivos. Los mercados campesinos representan un modelo que refuerza esta idea, al facilitar procesos de formación empresarial, asesoramiento financiero y capacitación técnica. Estos elementos no solo generan impacto económico, sino que también contribuyen a la creación de un nuevo paradigma social que redefine el papel de las comunidades rurales en la economía local.

Recomendaciones

Desde la disciplina de la psicología, se recomienda:

1. **Fortalecer el acompañamiento psicosocial:** Es fundamental proporcionar apoyo emocional y cognitivo a los productores para gestionar los retos derivados de los cambios sociales, familiares y personales que conlleva su participación en este tipo de iniciativas. Este acompañamiento puede incluir talleres de habilidades emocionales, manejo del estrés y desarrollo de estrategias de afrontamiento.
2. **Promover la resiliencia comunitaria:** Diseñar intervenciones que refuercen la capacidad de la comunidad para adaptarse a las adversidades y aprovechar las oportunidades que surgen en este nuevo modelo económico. Esto puede incluir sesiones de formación grupal que fomenten el trabajo en equipo y la resolución de conflictos. **Implementar programas de liderazgo comunitario:** Estos programas pueden capacitar a los líderes locales en habilidades como la comunicación efectiva, la toma de decisiones y la gestión de proyectos, fortaleciendo así la autonomía y sostenibilidad de la iniciativa.
3. **Desarrollar una evaluación continua del impacto psicológico y social:** Se sugiere realizar estudios longitudinales que evalúen cómo las dinámicas de los mercados campesinos afectan aspectos como la autoestima, la cohesión social y la percepción de bienestar de los productores.
4. **Incluir a jóvenes y mujeres en los procesos de formación y liderazgo:** Esto no solo amplía la representatividad dentro de la comunidad, sino que también contribuye a la equidad de género y generacional en el acceso a oportunidades económicas.

En conclusión, Bello Fruto representa una experiencia que va más allá de la comercialización directa entre productores y consumidores, pues constituye un ejemplo

tangible de cómo la innovación social puede transformar vidas y comunidades. Su éxito depende del compromiso sostenido de los actores involucrados, la continuidad del apoyo institucional y el diseño de estrategias que promuevan el desarrollo integral de sus participantes.

Referencias

- Alcaldía de Bello (2024, 21 de junio) Plan de desarrollo juntos construimos municipio de Bello 2024 – 2027.
- Alonso, D; González, N; Nieto, M. (2018). [Emprendimiento social vs innovación social](#). Cuadernos Aragoneses de Economía.
- Bernal, M. (2016). [La Innovación Social en América Latina y el Caribe](#). Capítulo II Pág. 95-110.
- Bettaglio, M. (2021). [Innovación social a través de la narrativa gráfica: periodismo gráfico, autonarración y testimonios para el cambio social](#). Revista Iberoamericana De Economía Solidaria E Innovación Socio ecológica, 4(1).
- Cruz Lera, E. (2022). [Innovación social y política de los colectivos mexicanos de estatus mixto en zonas metropolitanas de los Estados Unidos: buenas prácticas y nuevos retos durante la Covid-19](#). Clivajes. Revista de Ciencias Sociales, (15).
- Domanski, D., Monge, N., Quitiaquez G., & Rocha, D. (2016). La Innovación Social en América Latina y el Caribe. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Gatica, S; Soto, W; & Vela, D. (2015). [Ecosistemas de innovación social: "El caso de las universidades de américa latina](#).
- Giraldo, F; Ortiz, L. (2020). [Laboratorio de Innovación Social: escenario de participación, apropiación social e interdisciplinariedad](#). Social Innovation Lab: escenario of social par. European Public & Social Innovation Review.

- González-Romero, G. (2020). [La innovación social como estrategia de desarrollo. Políticas urbanas y acción colectiva](#). Revista Latinoamericana de Investigación En Organizaciones, Ambiente y Sociedad.
- Hernández, J., Tirado, P. & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 88, pp. 164-199
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
- Jailler, É; González, S; Arias, C; Suárez; L (2020). [Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia](#). Capítulos 1 y 2.
- Jara, Ó. (2012). Sistematización de experiencias, investigación y evaluación: aproximaciones desde tres ángulos. F (x)= Educación Global Research, 1, 56-70.
- Maton 2008; Montero, 2009^a. Empoderamiento psicológico: un modelo sistémico con componentes individuales y comunitarios, Revista de psicología (Lima), jun. 2015
- Medina, R; & Basurto, C. (2018). [Discusión de los distintos tipos de innovación](#). Revista Publicando, 5(15 (2)), 59-99.
- Meneses, T. (2022). [TRL e Innovación Social](#). [Objeto_virtual_de_aprendizaje_OVA]. Repositorio Institucional UNAD.
- Montero, M. (1984), La psicología comunitaria: orígenes, principios y fundamentos teóricos. [Revista Latinoamericana de Psicología, 16 \(3\), 387-400.](#)
- Mulgan, (2006). Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios, Victor García Flores; Luis Palma, pp. 252
- Newbrough, J. R. (1992). Community Psychology in the Twentieth Century: Wisdom,

- Compassion, and the Politics of Caring. *Journal of Community Psychology*, 20(1), 4–15.
- Oscar, J. H. (2018). [*La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles*](#). Capítulo I. páginas (27- 42) y Capitulo 4. Páginas (135-165)
- Roa Mendoza, C., & Acero Robayo, Y. (2021). [*Sistematización de experiencias*](#). *Germina*, 3(3), 31–38.
- Rodríguez Herrera, A., & Alvarado, H. (2008). Capítulo II. Criterios para definir una innovación ejemplar. En *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. CEPAL, pp. 37 - 46.
- Salamanca, O. (2020). [*Cómo escribir un artículo científico*](#). *CES Medicina*, 34(2), 169-176.
- Secretaría de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Rural de Bello. (20 de octubre 2024) [Página de Facebook](#).
- Verónica Cardona (2024, 17 de octubre) Entrevista Mercados Campesinos Bello Fruto [Video]. [YouTube](#).
- Villa Holguín, E. (2019). La sistematización de experiencias, una estrategia de la investigación anti-hegemónica. *El Ágora USB*, 19(2), 547–557.
- Waisburd, G. (2009). Pensamiento creativo e innovación. *Revista Digital Universitaria*. 10(12), pp.