

**Mercados Campesinos de Medellín: Una Experiencia de Crecimiento y
Empoderamiento Rural**

Leisy Bianet Lopera Zapata

Tutora

Damaris Gómez Díaz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades

Psicología

Diciembre 2024

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	2
Resumen.....	3
Abstract	4
Introducción	5
Metodología	8
Resultados.....	9
Grado de maduración de la experiencia.....	10
Conclusiones	12
Recomendaciones	14
Referencias Bibliográficas	16

Resumen

Los mercados campesinos de Medellín surgieron como una respuesta innovadora a los desafíos socioeconómicos que enfrentaban los pequeños productores rurales. Esta iniciativa busca cerrar la grieta existente entre el campo y la ciudad, mejorando los ingresos de los agricultores y promoviendo el acceso a alimentos frescos y de calidad para los consumidores urbanos a través de un modelo de comercio directo, fomentando la sostenibilidad, la equidad económica y el empoderamiento rural.

En el presente artículo se sistematizó la experiencia de los Mercados Campesinos en Medellín, como un modelo de innovación social, analizando sus características, procesos y resultados, estableciendo su impacto en el desarrollo rural y la sostenibilidad, buscando identificar las claves de su éxito, el grado de consolidación del modelo y las oportunidades de mejora para fortalecer su sostenibilidad y escalabilidad en el tiempo.

Se empleó una metodología cualitativa y el índice TRL para evaluar su madurez, se emplearon técnicas como la observación participativa y la entrevista semiestructurada a diferentes actores involucrados en el proyecto. Por último, se revisaron documentos oficiales y estudios relacionados con el desarrollo de los mercados campesinos en Medellín.

A partir de este análisis, se concluye que este modelo fortalece la agricultura sostenible y fomenta vínculos entre productores y consumidores, con potencial de replicabilidad.

Palabras Clave: Mercados campesinos, Agricultura, Sostenibilidad, innovación social.

Abstract

The Medellín farmers' markets emerged as an innovative response to the socioeconomic challenges faced by small rural producers. This initiative seeks to close the existing rift between the countryside and the city, improving farmers' incomes and promoting access to fresh, quality food for urban consumers through a direct trade model, fostering sustainability, economic equity and rural empowerment.

This article systematized the experience of the Mercados Campesinos in Medellín, as a model of social innovation, analyzing its characteristics, processes and results, establishing its impact on rural development and sustainability, seeking to identify the keys to its success, the degree of consolidation of the model and opportunities for improvement to strengthen its sustainability and scalability over time.

A qualitative methodology and the TRL index were used to evaluate its maturity, using techniques such as participatory observation and semi-structured interviews with different actors involved in the project. Finally, official documents and studies related to the development of farmers' markets in Medellín were reviewed.

From this analysis, it is concluded that this model strengthens sustainable agriculture and fosters links between producers and consumers, with potential for replicability.

Keywords: Farmers' markets, agriculture, sustainability, social innovation.

Introducción

Los mercados campesinos en Medellín surgen de la necesidad de mejorar las condiciones de comercialización de los pequeños productores de las zonas rurales. La creciente inconformidad de los productores para acceder al mercado urbano sin intermediarios que afectan sus ganancias, y la constante demanda de los consumidores por adquirir productos frescos y locales, llevaron a la creación de un proyecto que diera respuesta a estas necesidades sociales (Jaramillo, 2007).

Con el respaldo de la administración local, se dio marcha a este proyecto que contribuye a mejorar las condiciones de los productores rurales y a la vez, facilita el acceso a productos agrícolas de calidad dentro de la ciudad, contando con la participación de los pequeños productores de las zonas rurales, que mediante sus saberes ancestrales, siembran, recolectan y transforman productos, como frutas, hortalizas, lácteos, flores y hierbas medicinales, para luego comercializarlos directamente en los puestos asignados de los mercados campesinos de Medellín. Por su parte, los consumidores urbanos valorizan los productos de origen rural, consumen productos agroecológicos y sostenibles, apoyan el comercio justo y participan en una economía solidaria, contribuyendo con la finalidad del proyecto. Además, toman un rol importante diferentes instituciones, como La alcaldía de Medellín y secretarías municipales, que organizan y regulan los mercados campesinos, promueven la participación de pequeños productores en ferias y eventos, apoyan la agroecología y la conservación del medio ambiente y facilitan el acceso a los productores rurales a infraestructura y capacitación técnica. Las organizaciones no gubernamentales como Fundación EPM, apoya con recursos educativos y programas de sostenibilidad, promoviendo la capacitación en técnicas agrícolas innovadoras, el Comité de Cafeteros de Antioquia, permite a los pequeños productores tener una mayor representación y

poder de negociación, además de facilitar el acceso a recursos y mercados para favorecer la adaptación y funcionamiento de los mercados (Secretaría de desarrollo económico, 2022). La universidad de Antioquia y el Tecnológico de Antioquia, contribuyen mediante investigaciones relacionadas con la sostenibilidad agrícola, economía solidaria, la inclusión y desarrollo de comunidades rurales, ofrecen programas de extensión rural sobre agroecología y desarrollan proyectos colaborativos de innovación en áreas como tecnologías agrícolas (Universidad de Antioquia, 2020). Logrando conformar una organización sólida y concreta dirigida por la Alcaldía de Medellín, que con gran progreso consigue resolver varias necesidades centradas en la promoción de la sostenibilidad, la justicia económica, la preservación cultural, la reducción de la desigualdad, la exclusión social, el empoderamiento y autonomía campesina (Hernán, 2018).

Este proyecto beneficia a los pequeños productores rurales de Medellín y sus alrededores, quienes encuentran en estos mercados una manera directa para comercializar sus productos, también favorece a los consumidores urbanos que pueden adquirir productos frescos, locales y de alta calidad a precios justos, promoviendo así un consumo consciente y responsable, beneficiando a la comunidad en general, que se lucra de un modelo económico sostenible y de apoyo a la economía local que fortalece la relación entre el campo y la ciudad (González, 2015).

El tipo de innovación de los Mercados Campesinos de Medellín, se centra en la organización social con fines productivos y los emprendimientos, teniendo en cuenta que convergen estrategias para el empoderamiento de los productores y el fomento de prácticas empresariales sostenibles. Este modelo, basado en la colaboración y el enfoque en la sostenibilidad, no solo impulsa el desarrollo rural, sino que también fortalece la seguridad alimentaria y las relaciones rurales-urbanas en Medellín. (Jailler et al, 2017).

Este artículo analiza el desarrollo de los mercados campesinos de Medellín, como experiencia solida de innovación social.

Metodología

La investigación fue abordada desde una perspectiva cualitativa, fundamentada en la sistematización de experiencias como enfoque metodológico principal, partiendo de una técnica de entrevista semiestructurada a diferentes actores involucrados en el proyecto, incluyendo productores, consumidores y gestores locales, abordados en el punto de encuentro de los mercados campesinos ubicado en Parques Ciudad del Río. Se utilizaron también técnicas como de la observación participante en diferentes puestos de los mercados campesinos de Medellín y se revisaron documentos oficiales y estudios relacionados con la iniciativa.

La sistematización permitió reconstruir, analizar y reflexionar sobre los aprendizajes obtenidos durante todo el proceso, más allá de las técnicas específicas empleadas, como la entrevista. Se abordan las etapas clave del proyecto, desde la planificación inicial y la recolección de información hasta la organización de datos y la construcción de una relación coherente que integre los diversos elementos del proceso.

Los datos recolectados fueron organizados y analizados utilizando el índice TRL para evaluar el nivel de madurez del modelo de innovación social, ofreciendo una visión integral de los mercados campesinos en Medellín y su impacto.

Todo el ejercicio de recolección de datos se estructuró en una matriz analítica, organizada según las categorías propuestas por Jailler et al. (2017), en su modelo de evaluación de la maduración de innovaciones sociales. Estas categorías incluyen: gestión de las ideas y la creatividad, gestión del desarrollo interactivo aplicativo, gestión del proceso, gestión de las oportunidades y gestión del cambio/apropiación y capital sociales formado en aplicación de nuevos procesos. Categorías que serán descritas más adelante.

Resultados

La realización del proyecto ha generado un impacto importante en los agricultores rurales mejorando su calidad de vida en diferentes niveles, como ingresos económicos, formación, vivienda, salud, empleo, crédito, dinámica familiar, reduciendo la dependencia de los intermediarios, aumentando sus ganancias y formándose académicamente en cuanto al manejo y comercialización de sus productos (González, 2015).

Los resultados del análisis se presentan organizados según las categorías basada en el modelo de Jailler et al. (2017). Estas categorías abarcan desde la conceptualización de las ideas iniciales hasta la implementación y consolidación del proyecto Mercados Campesinos en Medellín, destacando las estrategias, aprendizajes y desafíos asociados a cada fase.

Gestión de las Ideas y de la Creatividad: Esta categoría aborda cómo surgió la idea del proyecto y los primeros pasos dados para estructurarlo. El proyecto nace como respuesta a la necesidad de conectar a los pequeños productores rurales con los consumidores urbanos, mejorando su calidad de vida y fortaleciendo la economía local, se diseñó un modelo innovador que integra capacitaciones en producción orgánica, gestión empresarial y mercadeo, combinado con la creación de espacios de comercialización directa entre productores y consumidores. El gobierno local, ONGs, asociaciones campesinas y productores, desempeñan roles importantes en la definición y puesta en marcha del proyecto. La inclusión de principios de sostenibilidad y desarrollo social, fue central para diferenciar esta iniciativa de otras prácticas convencionales (Gómez et al, 2018).

Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo: Esta etapa se centra en las acciones que facilitaron el desarrollo del proyecto. Los agricultores recibieron formación en agricultura sostenible, manejo de negocios y estrategias de comercialización, se formalizaron convenios con

instituciones educativas y ONGs para asesorar y acompañar a los productores en el desarrollo de habilidades técnicas y empresariales, se organizaron mercados temporales para evaluar la respuesta de los consumidores urbanos y ajustar el modelo a las necesidades del mercado. Se obtiene una alta aceptación por parte de los consumidores urbanos, interesados en productos frescos y saludables, y un aumento en los ingresos de los productores (Universidad de Antioquia, 2020).

Gestión del Proceso: En esta categoría se analiza cómo se gestionan las actividades y recursos para garantizar el funcionamiento del proyecto. Los participantes se organizan en cooperativas y asociaciones, facilitando la coordinación de la producción y la logística, las autoridades locales gestionaron los espacios de comercialización y ofrecieron apoyo logístico para el desarrollo de los mercados, se realizaron evaluaciones periódicas sobre el desempeño de los productores y las necesidades formativas adicionales, la colaboración entre productores, consumidores, ONGs, asociaciones y gobierno local consolidaron una red que asegura la sostenibilidad del proyecto (Gómez et al, 2018).

Gestión de las Oportunidades: Esta etapa refleja cómo el proyecto ha aprovechado oportunidades para consolidarse y expandirse. El modelo se adaptó a diferentes zonas de la ciudad, aumentando su alcance y beneficiando a más productores rurales, se establecen alianzas con instituciones académicas y empresas privadas para apoyar la agricultura local y fomentar la sostenibilidad del proyecto. Las sesiones de revisión y control identifican áreas de mejora, como la diversificación de productos y la incorporación de prácticas más sostenibles.

Grado de maduración de la experiencia

De acuerdo con la información recolectada, se identifica el grado de maduración de los mercados campesinos conforme con el índice TRL de Jaille (2017), logrando un índice TRL 9.

TRL 9: Escalamiento/ replicabilidad del prototipo/ proceso/ modelo. El proyecto cuenta con un modelo adaptable a diferentes contextos: permite implementarse en otros municipios o regiones rurales y urbanas, siempre que se mantengan los principios básicos del comercio justo y la sostenibilidad, es ajustable a las necesidades locales como por ejemplo: número de productores, frecuencia de mercados, productos ofertados. Además de la venta de productos, el modelo incluye actividades culturales, educativas y de sensibilización, esto permite replicarlo en comunidades con distintas prioridades (Jailler, 2017). Es compatible con herramientas digitales, como plataformas de e-commerce, lo que amplía su alcance en el tiempo. El modelo forma parte de las estrategias de sostenibilidad de la Alcaldía de Medellín, por lo tanto, está documentada en los planes de desarrollo locales, en informes de gestión elaborados por la Secretaría de Desarrollo Económico de Medellín, donde se describen las actividades, estrategias y resultados del proyecto, con el propósito de facilitar ser replicado en otras regiones de manera efectiva, con un impacto sostenible y medible, demuestra la capacidad de operación en un entorno real y la viabilidad económica y social, cumple con los objetivos de comercialización justa, desarrollo económico local y fortalecimiento del vínculo campo-ciudad para otras regiones. Los mercados campesinos han logrado una labor sostenible en varios entornos de Medellín, se muestra una estructura organizativa consolidada y estrategias claras para la sostenibilidad y expansión, convirtiéndose en una operación madura que responde a problemas sociales, económicos y ambientales de la región (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, 2019).

Conclusiones

Los mercados campesinos en Medellín, no sólo tiene un impacto económico y social, también cumplen un efecto significativo en el bienestar psicológico de los participantes, se identifica la construcción de la identidad social de los pequeños productores como principales actores, promueve su bienestar emocional al sentirse valorados por sus esfuerzos y participación activa en la comunidad (Jaramillo, 2017).

Han demostrado ser una solución innovadora para fortalecer la economía rural y mejorar la seguridad alimentaria en la ciudad. Al conectar directamente a los productores rurales con los consumidores urbanos, se logra reducir intermediarios, aumentar los ingresos de los agricultores y ofrecer productos frescos y sostenibles a los ciudadanos.

El proyecto ha empoderado a los agricultores, mediante capacitaciones en agricultura sostenible, gestión empresarial y comercialización. Esto ha fomentado su autogestión, mejorando sus habilidades técnicas y administrativas, y contribuyendo a su desarrollo integral.

Este modelo combina sostenibilidad, inclusión y desarrollo comunitario, haciendo que sea adaptable a distintos contextos urbanos y rurales. Su replicabilidad se basa en la colaboración entre sus múltiples actores, productores, consumidores, gobierno, ONGs e instituciones académicas.

El proyecto ha promovido la creación de redes de apoyo entre agricultores, consumidores y actores externos, fortaleciendo el capital social de la comunidad. Las interacciones fomentadas a través de los mercados han mejorado las relaciones entre sectores rurales y urbanos, incentivando una visión compartida de sostenibilidad y desarrollo.

La capacidad del modelo para adaptarse a nuevas necesidades, como diversificación de productos y ajustes en la oferta, ha garantizado su continuidad. Las sesiones de revisión y control

periódicos aseguran la calidad del proyecto y su capacidad de evolución frente a los desafíos emergentes.

Este proyecto se alinea con las políticas de desarrollo rural, sostenibilidad y seguridad alimentaria, siendo un ejemplo de cómo las iniciativas locales pueden integrarse en estrategias más amplias de desarrollo regional.

Recomendaciones

Basado en los criterios de Jailler et al. (2017) y la escala TRL para evaluar el grado de maduración de las innovaciones sociales, se proponen las siguientes recomendaciones para fortalecer los Mercados Campesinos en Medellín, como una experiencia de innovación social.

Reforzar la gestión del conocimiento y la creatividad: Ampliar la capacitación a los agricultores, diseñando programas que incluyan no solo habilidades técnicas y de gestión, sino también el uso de tecnologías para la agricultura y comercialización. Esto permite una integración con la innovación socio-tecnológica.

Fomentar la co-creación con comunidades rurales: Incluir a los agricultores y consumidores en el diseño de estrategias y productos innovadores que respondan a las demandas del mercado urbano y las necesidades del contexto rural.

Consolidar la sostenibilidad económica y organizacional: Diversificar las fuentes de ingresos, promoviendo alianzas con empresas privadas, instituciones académicas y organizaciones internacionales para obtener financiamiento complementario y garantizar la sostenibilidad económica a largo plazo.

Involucrar más actores de la sociedad civil: Establecer vínculos con colectivos urbanos interesados en el consumo responsable, el comercio justo y la seguridad alimentaria. Esto puede fortalecer la demanda y la participación ciudadana.

Fomentar la participación de jóvenes rurales: Incorporar estrategias específicas para que las nuevas generaciones se interesen en la agricultura y en el modelo de Mercados Campesinos, asegurando su sostenibilidad en el tiempo.

Evaluar el impacto psicológico: Implementar mecanismos para monitorear el bienestar emocional de los participantes, evaluando cómo el proyecto influye en su autoestima, sentido de pertenencia y motivación.

Facilitar procesos de inclusión: Diseñar estrategias específicas para integrar a mujeres, jóvenes y personas en situaciones vulnerables, asegurando la diversidad y equidad dentro de las comunidades participantes.

Capacitaciones psicoeducativas: Ofrecer formaciones específicas sobre liderazgo y autogestión, empoderando a los productores para que tomen decisiones informadas y proactivas en el desarrollo del proyecto.

Sensibilización sobre el impacto del proyecto: Diseñar campañas de comunicación que destaquen los beneficios psicosociales y ambientales de los Mercados Campesinos, aumentando el compromiso de consumidores y productores.

Evaluaciones de impacto cultural: Identificar cómo las actividades del proyecto están transformando las dinámicas sociales y culturales de las comunidades rurales y urbanas, asegurando que el cambio sea positivo y sostenible.

Referencias Bibliográficas

Alcaldía de Medellín. (2023). Informe de gestión: Mercados campesinos.

<https://www.medellin.gov.co/>

Secretaría de Desarrollo Económico de Medellín.

<https://www.medellin.gov.co/es/secretariadesarrollo-economico/subsecretaria-de-desarrollo-rural/>

Gómez, H. D. P., Vargas, Y. D. N., & Quintana, I. B. (2018). Mercados Campesinos en Medellín: ¿Una política integral de la ciudad para la ruralidad? (Farmers' Markets in Medellín: A comprehensive policy of the city to the rurality?). *Revista En-contexto*, 6(8), 87-105.

González Ospina, A. (2015). Comercio justo, mercados campesinos y el bienestar social en Medellín: el caso del “Parque Lineal La Presidenta (Doctoral dissertation, Universidad Eafit).

Hernán, D, Narváez Y, Buitrago, I. (2018). Mercados campesinos en Medellín: ¿Una política integral de la ciudad para la ruralidad? Tecnológico de Antioquia.

<https://www.redalyc.org/journal/5518/551859331003/551859331003.pdf>

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. DOI:

<http://doi.org/10.18566/978-958-764-809-6>. 18

Jaramillo Ramírez, P. A., Mejía Ríos, S., & Zapata Yepes, L. M. (2017). Ausencias, permanencias y transformaciones en el relevo generacional campesino (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios)

Martín-Baró, I. (2006). Hacia una psicología de la liberación. *Psicología sin fronteras: revista electrónica de intervención psicosocial y psicología comunitaria*, 1(2), 1.

file:///C:/Users/Auricenter1/Downloads/Dialnet-

HaciaUnaPsicologiaDeLaLiberacion2652421%20(2).pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. (2019). *Innovación social en los territorios rurales: Buenas prácticas en mercados campesinos*.

Montero, M. (1984). *La psicología comunitaria: orígenes, principios y fundamentos teóricos*.

Revista latinoamericana de Psicología, <https://www.redalyc.org/pdf/805/80516303.pdf>

Ruiz, M. (2020). *Procesos de participación y su impacto en la identidad comunitaria: Un análisis desde la psicología social*. *Psicología para el Desarrollo*, 12(4), 33-50

Secretaría de Desarrollo Económico. (2022). *Mercados Campesinos: Una Estrategia de Desarrollo Rural*. <https://www.medellin.gov.co>

Universidad de Antioquia (2020). *Innovación Social y Desarrollo Rural en Antioquia: Los Mercados Campesinos como Ecosistemas de Innovación*. En *Informe de Proyectos de Extensión Rural*. <https://www.udea.edu.co>