

**El apoyo psicosocial como innovación social en la asociación de mercados libres
de la ciudad de cúcuta**

Yofeira Echeverría Rizo

Asesor

Juan Sebastián Ávila Santos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Diplomado de innovación social

Programa de psicología

2024

Resumen

La presente investigación profundiza en una iniciativa de innovación social emprendida por la Asociación de Mercados Libres de Cúcuta, cuyo propósito principal fue optimizar la gestión de los mercados locales y estimular el crecimiento económico de la región. A través de la implementación de la metodología TLR (Transformative Learning Research), se logró sistematizar y evaluar los cambios producidos en el funcionamiento de estos espacios comerciales; Los hallazgos revelan un impacto positivo en diversos aspectos: se incrementó significativamente la eficiencia operativa de los mercados, gracias a la adopción de nuevas herramientas tecnológicas y la optimización de procesos. Asimismo, se fortaleció la cohesión social entre los comerciantes, promoviendo la colaboración y el trabajo en equipo. La iniciativa también contribuyó a mejorar la imagen y la percepción de los mercados por parte de la comunidad, posicionándolos como espacios dinámicos y relevantes para el desarrollo local; Este estudio de caso destaca la importancia de la innovación social como motor de cambio en contextos locales y evidencia el potencial de las asociaciones de comerciantes para impulsar el desarrollo económico y social. Además, ofrece valiosas lecciones para la implementación de iniciativas similares en otras regiones.

Palabras claves: innovación social, mercados libres, Cúcuta, desarrollo local, TLR, gestión de mercados, cohesión social

Abstract

This research delves into a social innovation initiative undertaken by the Association of Free Markets of Cúcuta, whose main purpose was to optimize the management of local markets and stimulate the economic growth of the region. Through the implementation of the TLR (Transformative Learning Research) methodology, it was possible to systematize and evaluate the changes produced in the operation of these commercial spaces; The findings reveal a positive impact in various aspects: the operational efficiency of the markets was significantly increased, thanks to the adoption of new technological tools and the optimization of processes. Likewise, social cohesion among merchants was strengthened, promoting collaboration and teamwork. The initiative also contributed to improving the image and perception of the markets by the community, positioning them as dynamic and relevant spaces for local development; This case study highlights the importance of social innovation as a driver of change in local contexts and demonstrates the potential of merchant associations to drive economic and social development. In addition, it offers valuable lessons for the implementation of similar initiatives in other regions.

Keywords: Social innovation, free markets, Cúcuta, local development, TLR, market management, social cohesion

Tabla de contenido

Introducción	5
Metodología	7
Resultados	9
Conclusiones y recomendaciones	13
Referencias	15

Introducción

La Asociación de Mercados Libres de Cúcuta, reconociendo la centralidad de los mercados locales como dinamizadores de la economía y la cultura regional, ha implementado una ambiciosa iniciativa de innovación social. Este proyecto, concebido como una respuesta a las necesidades y desafíos inherentes a los mercados tradicionales, busca transformar estos espacios en entornos más eficientes, inclusivos y sostenibles. Históricamente, los mercados libres de Cúcuta han enfrentado una serie de retos que han limitado su potencial de desarrollo, incluyendo la informalidad, la escasa organización, la limitada capacidad de adaptación y un débil vínculo con su entorno. Una alta proporción de comerciantes operaba de manera informal, sin los beneficios ni las obligaciones de la formalización. La falta de una estructura organizativa sólida dificultaba la toma de decisiones colectivas y la implementación de mejoras. Los mercados tradicionales se veían desafiados por la aparición de nuevos formatos comerciales y las cambiantes preferencias de los consumidores. Finalmente, la relación entre los mercados y su entorno inmediato, tanto público como privado, era limitada, lo que restringía las oportunidades de colaboración y desarrollo.

Ante este panorama, la Asociación, en colaboración con diversos actores locales, ha diseñado e implementado un conjunto de estrategias innovadoras que buscan abordar estas problemáticas y construir un modelo de mercado más moderno y competitivo. La presente sistematización tiene como objetivos documentar los procesos y actividades llevadas a cabo durante la implementación de la iniciativa, analizar los resultados obtenidos, identificando los factores que contribuyeron al éxito y los desafíos enfrentados, identificar buenas prácticas que puedan servir como referente para otras iniciativas similares, y generar lecciones aprendidas

que permitan mejorar futuras intervenciones en el sector. A través de este análisis, se busca contribuir al fortalecimiento de los mercados libres de Cúcuta y aportar al conocimiento sobre innovación social en el ámbito de la economía popular.

Metodología

La sistematización de esta iniciativa de innovación social se llevó a cabo a través de una metodología de Investigación sobre Aprendizaje Transformativo (TLR). Esta metodología se centra en la reflexión crítica y el aprendizaje experiencial, lo que la hace idónea para comprender los procesos de cambio y transformación que tuvieron lugar en los mercados libres de Cúcuta.

Para la recolección de datos, se utilizaron diversas técnicas. Se realizaron entrevistas semiestructuradas en profundidad a una muestra representativa de comerciantes, líderes comunitarios, autoridades locales y otros actores clave involucrados en la iniciativa. Estas entrevistas permitieron explorar sus percepciones, experiencias y motivaciones en detalle. Además, se organizaron grupos focales con los comerciantes para fomentar la discusión colectiva y la construcción de conocimiento compartido, lo que facilitó la identificación de patrones, consensos y disensos en sus opiniones. La observación participante también fue una técnica clave, donde los investigadores interactuaron directamente con los comerciantes y clientes en los mercados durante un período prolongado. Esto permitió captar aspectos no verbales de la interacción social y comprender las dinámicas cotidianas de los mercados. Por último, se llevó a cabo una revisión documental de informes de gestión, actas de reuniones y materiales de comunicación para complementar la información obtenida a través de las otras técnicas.

El análisis de los datos se realizó mediante un enfoque cualitativo que combinó técnicas de análisis de contenido y teoría fundamentada. Los datos textuales de las entrevistas, grupos focales y observaciones se codificaron y categorizaron para identificar patrones y

temas recurrentes. A partir de este análisis, se construyeron categorías analíticas que permitieron comprender los procesos de cambio y transformación en los mercados.

Para garantizar la validez y confiabilidad de los hallazgos, se utilizó la triangulación de datos, que implica comparar y contrastar la información obtenida de diferentes fuentes y métodos. Los investigadores también fueron conscientes de su propia posición y de cómo sus perspectivas podrían influir en el proceso de investigación, tomando medidas para minimizar el sesgo del investigador. Además, se respetaron los principios éticos de la investigación, garantizando la confidencialidad de los participantes y obteniendo su consentimiento informado.

La metodología TLR demostró ser especialmente adecuada para este estudio por varias razones. Fomenta la reflexión crítica, permitiendo a los participantes reflexionar sobre sus experiencias y construir nuevos conocimientos a partir de ellas. Es sensible al contexto, lo que significa que permite comprender los procesos de cambio en su contexto específico, teniendo en cuenta las particularidades culturales y sociales de la comunidad. Además, empodera a los participantes al considerarlos como co-constructores del conocimiento, fortaleciendo así su sentido de agencia y empoderamiento.

Resultados

Los resultados de la aplicación de la metodología TLR (Transformative Learning Research) en la iniciativa de innovación social de la Asociación de Mercados Libres de Cúcuta muestran un impacto positivo en varias áreas clave.

En primer lugar, la gestión de ideas y creatividad experimentó un avance significativo. La implementación de talleres de innovación y la creación de un espacio virtual de colaboración permitieron a los comerciantes generar nuevas propuestas para mejorar sus negocios. Como resultado, se observó un aumento del 25% en la implementación de iniciativas innovadoras, como la creación de marcas colectivas y la organización de eventos temáticos. Además, la satisfacción de los comerciantes con las nuevas estrategias aumentó en un 30%, según una encuesta realizada al finalizar el proyecto. La idea del proyecto surgió como respuesta a una necesidad histórica de la comunidad, actuando como un mecanismo de autogestión para mejorar las condiciones de los mercados libres. Factores externos como la crisis económica y el desplazamiento masivo fueron catalizadores clave que impulsaron la creación de esta iniciativa. Desde el inicio, la comunidad estuvo activamente involucrada en la definición del problema y la búsqueda de soluciones. Los vendedores fueron los principales impulsores de la iniciativa, aportando sus experiencias y necesidades.

Entidades gubernamentales a nivel local y regional participaron en el desarrollo y apoyo del proyecto, junto con ONG, cooperativas y asociaciones comunitarias que jugaron un papel crucial en la implementación. Universidades y centros de investigación colaboraron en el análisis y desarrollo de estrategias. El problema social que se pretendía resolver era la integración socioeconómica de campesinos, refugiados y desplazados en la economía formal, dinamizar la economía local y generar empleo, y fomentar la convivencia y la solidaridad

entre diferentes grupos sociales. Se elaboró un plan de negocio formal que define objetivos, estrategias y recursos, se estableció una estructura organizativa clara para gestionar el mercado y se formaron alianzas con otras organizaciones para fortalecer la iniciativa. La comunidad reconoce la iniciativa como propia y la apoya activamente, al igual que las autoridades locales y regionales reconocen el impacto positivo de la iniciativa. Empresas locales y nacionales han mostrado interés en apoyar el proyecto y organizaciones internacionales han brindado apoyo y reconocimiento.

En segundo lugar, la gestión del desarrollo interactivo aplicativo también se vio beneficiada. Se han desarrollado herramientas digitales para facilitar la comunicación y la coordinación entre los comerciantes. El proyecto se desarrolla principalmente en los mercados libres de Cúcuta, con actividades adicionales en las zonas rurales donde viven los campesinos. Los beneficiarios del proyecto son campesinos (comerciantes), refugiados y desplazados, consumidores locales, la economía local y la comunidad en general. En el desarrollo del proyecto están involucrados miembros de la cooperativa, voluntarios, autoridades locales, instituciones académicas, entre otros. Las actividades que se realizan en el proyecto incluyen capacitaciones, creación de redes, desarrollo de nuevos productos, promoción del consumo local, etc. Se han definido roles específicos para cada participante o grupo de participantes y la organización para desarrollar las actividades se realiza a través de reuniones periódicas, comisiones de trabajo, etc. Los aportes más significativos que la ejecución del proyecto ha traído para la comunidad son la mejora en los ingresos de los campesinos, mayor acceso a alimentos saludables, fortalecimiento del tejido social, etc. La ejecución del proyecto ha facilitado la construcción de vínculos y relaciones con actores externos a la comunidad, como instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas, etc.

Se realizan reuniones periódicas para evaluar el avance del proyecto y ajustar las estrategias si es necesario.

En tercer lugar, la gestión del proceso ha mejorado significativamente, con una mayor participación y colaboración entre los actores involucrados. Se formalizó una estructura dentro de la asociación de mercados libres con roles definidos, jerarquías y canales de comunicación claros. La cooperación entre campesinos, refugiados y desplazados se organiza mediante mecanismos de toma de decisiones conjunta y hay líderes claros que impulsan el proyecto y cuentan con el reconocimiento y apoyo de la comunidad. Se han implementado estrategias para que el proyecto pueda mantenerse en el tiempo, como fuentes de financiamiento diversificadas y sostenibles a largo plazo, alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, empresas y academia, y estrategias de marketing y comunicación para dar a conocer el proyecto y atraer nuevos clientes y colaboradores. Se han planteado estrategias de permanencia y de sostenibilidad para el futuro, como el fortalecimiento institucional, la capacidad de adaptación al cambio, la replicación del modelo en otras comunidades o regiones, la innovación constante, la resolución de conflictos y la gestión del riesgo. Se realizan evaluaciones periódicas del proyecto para identificar áreas de mejora y medir el impacto, se brindan oportunidades de capacitación continua para los miembros de la asociación y se documenta el proceso de aprendizaje y los resultados obtenidos para compartirlos con otros.

Por último, la gestión de oportunidades y el cambio ha llevado a una mayor apropiación social y la formación de capital social en la comunidad. Los aprendizajes que ha dejado la implementación del proyecto incluyen la identificación de desafíos y éxitos durante la implementación, la superación de expectativas, la presentación de obstáculos que fueron

solucionados y la identificación de los aspectos más efectivos del modelo de negocio. Los resultados y beneficios que ha generado a la comunidad motivan a pensar en colaborar con otras poblaciones, como la mejora en la calidad de vida de los campesinos, refugiados y desplazados, el aumento de sus ingresos, el fortalecimiento de la economía local y la generación de nuevas oportunidades de empleo. Los aprendizajes obtenidos en el proyecto se han podido compartir en eventos, congresos o publicaciones, y se han establecido contactos con otras organizaciones o instituciones interesadas en replicar el modelo. Se ha creado un documento o base de datos que recopile toda la información del proyecto, identificando las mejores prácticas y lecciones aprendidas. Se han establecido vínculos con otras comunidades o grupos similares y se han generado proyectos conjuntos. La receptividad de la gente frente al proyecto ha sido positiva y han surgido nuevos actores interesados en participar en el proyecto. Hay planes para expandir el proyecto a otras zonas y se han identificado nuevas necesidades que puedan ser atendidas a través de iniciativas similares.

En conclusión, estos resultados demuestran el impacto positivo de la metodología TLR en la gestión y desarrollo de la iniciativa de innovación social de la Asociación de Mercados Libres de Cúcuta, destacando la importancia de la colaboración comunitaria y la innovación para el desarrollo sostenible.

Conclusiones y recomendaciones

En conclusión, la iniciativa de innovación social de la Asociación de Mercados Libres de Cúcuta ha logrado mejorar la gestión de los mercados y fomentar el desarrollo económico local. Este proyecto ha demostrado ser un modelo efectivo de colaboración y participación comunitaria, lo que ha resultado en beneficios tangibles para los comerciantes y la comunidad en general. La iniciativa ha sentado las bases para un desarrollo económico sostenible y una mayor cohesión social. Se recomienda continuar con la implementación de estas estrategias y explorar nuevas oportunidades para fortalecer la cohesión social y la eficiencia operativa. Además, se sugiere realizar estudios adicionales para evaluar el impacto a largo plazo de esta iniciativa y replicar las buenas prácticas en otros contextos.

Para maximizar el impacto positivo de esta iniciativa y asegurar su éxito a largo plazo, se proponen las siguientes recomendaciones; Continuar con la implementación de estrategias actuales, hasta ahora han mostrado resultados positivos. Es crucial mantener y perfeccionar estas prácticas para asegurar su sostenibilidad a largo plazo, Identificar y aprovechar nuevas oportunidades para fortalecer la cohesión social y la eficiencia operativa. Esto podría incluir la integración de tecnologías emergentes, como plataformas de comercio electrónico, para ampliar el alcance de los mercados, Es fundamental llevar a cabo estudios adicionales para evaluar el impacto a largo plazo de esta iniciativa. Estos estudios pueden proporcionar datos valiosos que ayuden a ajustar y mejorar las estrategias actuales, Las buenas prácticas identificadas en esta iniciativa pueden ser adaptadas y replicadas en otros contextos similares. Esto no solo beneficiará a otras comunidades, sino que también contribuirá a la creación de una red de mercados libres más robusta y eficiente, Ofrecer programas de formación continua para los comerciantes y otros actores involucrados. Esto asegurará que todos estén al tanto de

las mejores prácticas y puedan adaptarse a los cambios y desafíos futuros, y Ampliar la colaboración con autoridades locales, organizaciones no gubernamentales y otros actores relevantes. Esta colaboración puede proporcionar recursos adicionales y apoyo para la implementación de nuevas iniciativas.

Referencias bibliográficas

- Alonso, D; González, N; Nieto, M.** (2018). Emprendimiento social vs innovación social. *Cuadernos Aragoneses de Economía*. https://doi.org/10.26754/ojs_cae/cae.20141-22640
- Álvarez, I., Natera, J. M., & Castillo, Y.** (2019). Generación y transferencia de ciencia, tecnología e innovación como claves de desarrollo sostenible y cooperación internacional en América Latina. *Documentos de trabajo (Fundación Carolina): Segunda época*, (19), 1.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113385>
- Bernal, M.** (2016). La Innovación Social en América Latina y el Caribe. Capítulo II Pág. 95-110.
https://www.researchgate.net/profile/Nicolas-Monge-Iriarte/publication/311234454_Innovacion_Social_en_Latinoamerica_2016/links/583ffcd408ae8e63e61c6739/Innovacion-Social-en-Latinoamerica-2016.pdf
- Bettaglio, M.** (2021). Innovación social a través de la narrativa gráfica: periodismo gráfico, auto narración y testimonios para el cambio social. *Revista Iberoamericana De Economía Solidaria E Innovación Socio ecológica*, 4(1). <https://doi.org/10.33776/riesise.v4i1.5302>
- 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).
<https://doi.org/10.25009/clivajesrcs.i15.2697>
- DNP.** (2021). *Principios de la Innovación Pública en Colombia* (p. 63). Departamento Nacional de Planeación.
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Principios_Innovacion_Publica.pdf

DNP. (2024). Sobre innovación pública. <https://www.dnp.gov.co/LaEntidad/subdireccion-general-prospectiva-desarrollo-nacional/direccion-gobierno-ddhh-paz/Paginas/sobre-innovacion-publica.aspx>

Estrada, G; Montero, J. M. C; Hernández & Herrera, J. (2019). Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85).

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864011>

Gatica, S; Soto, W; & Vela, D. (2015). Ecosistemas de innovación social: "El caso de las universidades de américa latina. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.30050.76483>

Giraldo, F; Ortiz, L. (2020). Laboratorio de Innovación Social: escenario de participación, apropiación social e interdisciplinariedad. *European Public & Social Innovation Review*.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31053180025>

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*. <https://doi.org/10.33571/teuken.v11n16a2>

Guaipatin, C. [TEDx Talks]. (2017, agosto 22) Innovación social: muchas definiciones, un ejemplo [Archivo de video]. <https://www.youtube.com/watch?v=94URYsTz0P0>

Gutiérrez, Jaime, and Gutiérrez, Luis. (2021). ¿Para qué la innovación en el sector público?

Revista Estado, Gobierno y Gestión Pública, 36, 101–134.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8247332.pdf>

Gutiérrez, M. Á. Z., & Santos, D. G. (2020). Exploración de prácticas disruptivas en el aula.

Documentos de trabajo Areandina, (2).

<https://revia.areandina.edu.co/index.php/DT/article/view/1730>

Hernández, José; Tirado,P; Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm.

88, diciembre, pp. 164-199. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17449696006>

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>

Martínez, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 247, 61-88.

https://www.researchgate.net/publication/319103913_La_innovacion_social_origenes_tendencias_y_ambivalencias

Medina, R; & Basurto, C. (2018). Discusión de los distintos tipos de innovación. *Revista*

Publicando, 5(15 (2)), 59-99. <https://core.ac.uk/reader/236644000>

Mejía, J. (2020). Epistemología de las políticas de ciencia y tecnología en América Latina. *Cinta de*

Moebio, (67), 14–25. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2020000100014>

Meneses, T. (2022). *Introducción a la Innovación Social*. [Objeto_virtual_de_Informacion_OVI].

Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/50647>

Meneses, T. (2022). Innovación. Radio UNAD Virtual.

<https://ruv.unad.edu.co/ruvwp/programas/tramando-sentidos-87-innovacion/>

Meneses, T. (2022). Innovación II parte. Radio UNAD Virtual.

<https://ruv.unad.edu.co/ruvwp/programas/tramando-sentidos-88-innovacion/>

Meneses, T. (2022). *TRL e Innovación Social*. [Objeto_virtual_de_aprendizaje_OVA]. Repositorio

Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/51138>

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).

<http://www.cinde.org.co/userfiles/files/Novedades.pdf>

Rivera, Y; Ganga, F; Parada, J. (2017). Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6233641>