

**Los mercados campesinos como estrategia de innovación social para el fortalecimiento del desarrollo rural en Puerto Asís, Putumayo**

**Estudiante**

Karen Lizeth Ordoñez Ortiz

**Código:** 404047079\_8

**Grupo**

404047079\_8

**Tutor**

Xiomara Quiñones Quintero

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD**  
**Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH**  
**Diplomado en Innovación Social**  
**Mayo de 2025**

## **Resumen**

La práctica de los Mercados Campesinos que se ha desarrollado en Puerto Asís, Putumayo, constituye una estrategia de innovación social que tiene como objetivo fortalecer la economía rural y dar visibilidad al papel de los pequeños productores en unas realidades históricamente olvidadas. Esta estrategia surge en el año 2020, y ha ido evolucionando hacia un proceso organizativo sostenido que propicia la venta directa sin intermediarios, la autonomía económica del campesinado, el consumo local y el reconocimiento del territorio; ya que los mercados, celebrados mensualmente, han servido, principalmente, como lugares de intercambio económico, como contrapeso a un auge en el consumo exacerbado por la pandemia, como una creación de tejido social, como una recuperación de la confianza en lo comunitario y como un aseguramiento de la identidad campesina.

En consecuencia, este artículo propone que los Mercados Campesinos de Puerto Asís son una alternativa de desarrollo desde abajo, basada en la economía solidaria, en la innovación social, y en una participación activa que involucra no solo a los productores, sino también a los consumidores o a las organizaciones que los apoyan. Para ello, se tiene en cuenta un enfoque cualitativo con entrevistas semiestructuradas, observación directa y revisión documental para sistematizar los aprendizajes, los retos y las transformaciones que esta experiencia ha generado. Los resultados muestran no solo la mejora en la vida cotidiana de los productores agropecuarios, sino también su intervención para articular un desarrollo capaz de generar una vida digna desde un modelo de desarrollo justo, autónomo y sostenible; postulando así que los mercados campesinos fortalecen el tejido rural, la alimentación y la participación ciudadana.

**Palabras Clave:** Innovación social, mercados campesinos, empoderamiento rural, agroecología, desarrollo local.

**Abstract**

The practice of the Peasant Markets that has been developed in Puerto Asís, Putumayo, constitutes a strategy of social innovation that aims to strengthen the rural economy and give visibility to the role of small producers in historically forgotten realities. This strategy began in 2020 and has evolved into a sustained organizational process that promotes direct sales without intermediaries, the economic autonomy of the peasantry, local consumption and recognition of the territory. The markets held monthly have served mainly as places for economic exchange, as a counterweight to a boom in consumption exacerbated by the pandemic, as a creation of social fabric, as a recovery of confidence in the community and as a guarantee of peasant identity.

Consequently, this article proposes that the Peasant Markets of Puerto Asís are an alternative for development from below, based on solidarity economy, social innovation, and active participation that involves not only the producers, but also the consumers and the organizations that support them. To this end, a qualitative approach is used with semi-structured interviews, direct observation and documentary review to systematize the learning, challenges and transformations that this experience has generated. The results show not only the improvement in the daily lives of agricultural producers, but also their intervention to articulate a development capable of generating a dignified life from a model of fair, autonomous and sustainable development; thus, postulating that farmers' markets strengthen the rural fabric, food and citizen participation.

**Keywords:** Social innovation, farmers' markets, rural empowerment, agroecology, local development.

## Tabla de contenido

1. Introducción.....	5
2. Objetivos.....	6
2.1.    Objetivo general.....	6
2.2.    Objetivos específicos .....	6
3. Marco conceptual .....	7
4. Metodología.....	9
5. Descripción de la experiencia.....	12
6. Análisis de la experiencia .....	18
7. Conclusiones.....	21
8. Recomendaciones .....	23
Referencias bibliográficas.....	24

## **1. Introducción**

En las regiones rurales de Colombia, en especial en lugares donde la marginación ha sido históricamente mayor, como Puerto Asís, en Putumayo, hemos venido desarrollando experiencias de economía solidaria como los mercados rurales, que no solo pretenden mejorar la vida económica de los campesinos y campesinas, sino que buscan también propiciar cambios sociales muy relevantes. Es importante resaltar que los mercados rurales representan la forma en que los pequeños productores y productoras pueden comercializar sus cosechas de manera directa, sin intermediación, lo que procura la autonomía del campesino. Más allá de un intercambio de bienes, los mercados rurales se constituyen como espacios de encuentro comunitario, de recuperación de la confianza, de tejido social y de soberanía alimentaria que contribuyen a un modelo de desarrollo local más justo y sostenible.

Este trabajo pretende analizar cómo la experiencia del mercado rural en Puerto Asís es un intento de cambio social trajinado con producción de bienestar apalancada en el desarrollo social y económico de los productores y productoras rurales. A través de una metodología cualitativa indagaremos por los orígenes de estas iniciativas, los actores o actrices involucrados, las estrategias utilizadas, y las dificultades enfrentadas en su sostenimiento, asimismo se busca indagar sobre su efecto en la vida cotidiana de productores y consumidores/as y su proyección como alternativa de desarrollo territorial o innovación social.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

Analizar la experiencia de los Mercados Campesinos en Puerto Asís, Putumayo, como una estrategia de innovación social y economía solidaria que contribuye al fortalecimiento del desarrollo rural, la autonomía económica de los productores y la construcción de tejido social en contextos históricamente marginados.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar el origen, los objetivos y la organización de los Mercados Campesinos en Puerto Asís, identificando los actores involucrados y las actividades principales que estructuran esta iniciativa.
- Examinar los impactos sociales, económicos y comunitarios de la experiencia en la vida cotidiana de los productores, consumidores y otros actores participantes, desde un enfoque de economía solidaria y desarrollo local.
- Identificar los desafíos enfrentados en la implementación y sostenibilidad de los Mercados Campesinos, así como su potencial como modelo replicable de innovación social en otros territorios rurales.

### 3. Marco conceptual

El proceso de innovación social de acuerdo con lo que se quiere trabajar, se toma como una guía para abordar problemas sociales, utilizando nuevas metodologías o reforzando las que ya existen. Su meta es generar cambios positivos y sostenibles en diversas áreas, como la economía, la sociedad, la política y las organizaciones (Moulaert et al., 2010). La esencia de la innovación social radica en la capacidad de las comunidades para desarrollar soluciones a sus propias necesidades, ya que esto se logra fomentando la participación activa de diferentes actores y fortaleciendo el tejido social mediante estrategias inclusivas y sostenibles (Hernández, Tirado & Ariza, 2016).

Desde este punto, la innovación social no se relega únicamente a la creación de nuevas ideas, productos o servicios. Más bien, representa un proceso constante de transformación en las relaciones sociales, con el objetivo de empoderar a las comunidades que enfrentan diversas problemáticas (Alonso, González & Nieto, 2018).

En este contexto, la innovación social se diferencia de otras formas de innovación debido a su enfoque en el impacto social y su objetivo de mejorar la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables. Esto se logra abordando problemas estructurales a través de un enfoque colaborativo y participativo (Jailler Castrillón, s.f.). Por lo cual, debe ser entendida como un proceso que se mueve y se adapta continuamente. Esto significa que es fundamental evaluar y modificar las estrategias que se ponen en marcha para garantizar que sean efectivas y sostenibles con el tiempo (Meneses, 2022).

Este enfoque resalta que las soluciones a los problemas sociales no pueden ser responsabilidad exclusiva de las instituciones gubernamentales o del sector privado. Es crucial que las comunidades afectadas participen activamente en la creación de respuestas innovadoras

que se ajusten a su realidad (DNP, 2024). Tomando como referencia el mercado campesino de Puerto Asís, Putumayo, se puede ver claramente cómo este modelo de innovación social impulsa el desarrollo local y fortalece el sector agropecuario. Esto se logra mediante la eliminación de intermediarios en la venta de productos agrícolas.

Gracias a este modelo, los productores se benefician directamente, ya que pueden obtener mejores precios por sus cosechas. Al mismo tiempo, los consumidores tienen acceso a productos frescos y de calidad a precios justos, en donde además, el mercado campesino promueve la cohesión social y el trabajo en equipo entre los agricultores, esto les permite intercambiar experiencias, conocimientos y recursos, lo que mejora sus prácticas tanto productivas como comerciales.

Desde esta perspectiva, el mercado campesino se presenta como una estrategia de innovación social que no solo mejora la situación económica de los agricultores, sino que también refuerza la soberanía alimentaria, fomenta un consumo más responsable y genera un impacto positivo en la economía local. La capacidad de los campesinos para vender sus productos sin la intervención de intermediarios permite una distribución más justa de los ingresos, lo cual ayuda a disminuir la desigualdad y a empoderar a las comunidades rurales.

Por lo cual, al analizar la experiencia del mercado campesino de Puerto Asís, Putumayo, se tomará como base la innovación social en su sentido más amplio, que se entiende como un proceso participativo y colaborativo enfocado en transformar realidades sociales mediante estrategias sostenibles e inclusivas. Esta visión permitirá examinar cómo esta iniciativa no solo afecta la comercialización de productos agrícolas, sino que también contribuye a crear dinámicas sociales más justas y resilientes dentro del sector agropecuario.

#### **4. Metodología**

Para llevar a cabo la sistematización de la experiencia de los mercados campesinos en Puerto Asís, Putumayo, se ha de emplear una metodología cualitativa que tendrá su centro en la recolección, organización y análisis de información a través de diferentes técnicas de investigación social. El proceso se puede dividir en varias etapas: primero, se identifican los aspectos clave que se debían investigar; luego, se formulan preguntas, diseñando una estrategia para recopilar datos, se aplican herramientas y, finalmente, se analiza la información recolectada.

Primero es fundamental comprender los elementos esenciales de esta propuesta innovación social la experiencia, abarcando el origen y la historia de la iniciativa, sus objetivos, las actividades realizadas, los actores involucrados, los desafíos que han enfrentado y su futuro potencial. Para explorar estos temas, se crearon preguntas abiertas y reflexivas que facilitarían la obtención de información variada y detallada, por medio de la estrategia para recoger información incluyó entrevistas semiestructuradas con actores clave, observación directa de las actividades del mercado campesino y la revisión de documentos pertinentes.

Las entrevistas serán dirigidas a productores agropecuarios, organizadores del evento, consumidores y representantes de instituciones que apoyan la iniciativa, se planea llevar a cabo cerca de 15 entrevistas, garantizando una diversidad de respuestas y puntos de vista. En cuanto a la aplicación de los instrumentos, se diseñó una guía de entrevistas con preguntas orientadas a conocer la experiencia desde la perspectiva de los participantes, ya que se planea hacer uso de grabadoras de audio y tomar nota de campo para documentar las respuestas y observaciones, también es importante considerar registros fotográficos y audiovisuales del entorno y las actividades en el mercado campesino, siempre contando con el consentimiento de los participantes.

No obstante, durante el trabajo de campo se pueden presentar dificultades tal como la disponibilidad de los productores para participar en las entrevistas debido a la carga laboral que implica preparar y vender sus productos. Para resolver esto, se deben programar entrevistas en horarios flexibles y formulación de preguntas de forma breve pero clara.

Otro obstáculo puede ser que algunos participantes se nieguen a ofrecer información más detallada; por ello, se debe garantizar la confidencialidad de los datos y enfatizar el enfoque académico del estudio. Asimismo, las condiciones climáticas adversas pueden afectar el desarrollo de algunas entrevistas, por lo que se debe optar realizar ciertas entrevistas en espacios cerrados del mercado. Una vez reunida toda la información, se debe organizar y analizar los datos, categorizando las respuestas según los temas centrales del estudio, lo que permite una interpretación más estructurada y completa de la experiencia del mercado campesino.

Así mismo, los hallazgos se contrastaron con documentos previos sobre innovación social en contextos similares, que puede brindar una mejor contextualización de los resultados obtenidos. Con base en todo lo anterior, de manera puntual para entender a fondo la experiencia del mercado campesino en Puerto Asís, Putumayo, se llevará a cabo un enfoque que incluye entrevistas semiestructuradas y observación directa.

En primer lugar, es importantes mencionar que las entrevistas semiestructuradas estarán dirigidas a productores, organizadores y consumidores. Se utilizará una guía de preguntas que permitirá respuestas abiertas, con el fin de recoger información detallada. Las entrevistas se grabaron (siempre con el consentimiento informado de los participantes) y luego se transcribieron para su análisis. Adicionalmente, por medio de la observación directa se registrará la dinámica del mercado campesino, así como las interacciones entre productores y compradores,

la logística y el ambiente general. Se tomarán fotografías y se harán notas de campo para documentar la experiencia.

Aunado a lo anterior, la revisión documental permitirá analizar diferentes documentos existentes relacionados con la iniciativa, incluyendo informes, artículos y publicaciones previas. Como soporte de esta investigación, es necesario realizar trabajo en campo, cuya planificación incluirá el contacto con los organizadores del mercado campesino para coordinar fechas y obtener los permisos necesarios. Se presentará el proyecto a los participantes y se les explicará el proceso del consentimiento informado. En cuanto a las entrevistas, se realizarán en el lugar del evento, adaptándose a la disponibilidad de los participantes. Se buscará una diversidad de perfiles, abarcando agricultores, compradores, organizadores y entidades de apoyo.

La recopilación de evidencias incluirá fotografías del evento, grabaciones de audio y transcripciones (todo ello con la autorización de los participantes), así como notas de campo detalladas. Finalmente, se procederá a la sistematización de la información, organizando los datos recopilados en categorías clave y realizando un análisis cualitativo de las respuestas obtenidas. Como resultado, se elabora un informe que presenta los hallazgos y conclusiones sobre la experiencia de innovación social.

De manera específica al trabajo en campo, es pertinente abordar estrategias de recolección para la información, por ende, se adoptará un enfoque mixto que incluye entrevistas semiestructuradas, observaciones directas y una revisión de documentos. Las entrevistas permitirán obtener relatos directos de productores, consumidores y organizadores, mientras que las observaciones facilitarán la captura de interacciones y dinámicas en el mercado. Además, revisar documentos existentes relacionados con la iniciativa ayudará a dar contexto a su historia y evolución.

En conjunto, se debe planificar el trabajo de campo mediante diferentes fases. Primero, se hará un acercamiento inicial con los organizadores para coordinar las fechas y obtener los permisos necesarios. Luego, durante los días de mercado, se llevarán a cabo las entrevistas con los actores clave y se recogerán evidencias visuales, como fotografías y videos. Finalmente, se procederá a organizar la información recopilada en categorías temáticas para facilitar su análisis e interpretación.

Finalmente, se debe considerar que durante la recolección de información, podrían surgir varios desafíos. Uno de ellos es la disponibilidad de los participantes para ser entrevistados, por lo que se implementará flexibilidad en los horarios. También existe la posibilidad de que algunos se muestran reacios a compartir información; para eso, se garantizará la confidencialidad de los datos recopilados. Por último, si hay condiciones climáticas adversas que complican las entrevistas presenciales, se considerarán opciones virtuales para asegurarnos de obtener la información necesaria, de este modo, puede haber dificultad en la disponibilidad de participantes, reticencia a compartir información: se pondrá énfasis en la confidencialidad y el propósito académico del estudio y, condiciones climáticas adversas: se contemplarán entrevistas virtuales como un plan alternativo en caso de mal tiempo.

## **5. Descripción de la experiencia**

Para abordar la experiencia denominada “Mercados campesinos de Puerto Asís, en Putumayo” es importante tener en cuenta que los mercados campesinos surgieron hace más de 5 años en Puerto Asís, en Putumayo por la necesidad de los productores al vender sus productos principalmente en el año 2020 con el tema de la pandemia. De este modo, es necesario resaltar que Puerto Asís ocupa el segundo puesto de mayor población del departamento de Putumayo, en el sur del país y en la región amazónica de Colombia. Este territorio es rico en recursos naturales,

culturales y étnicos y, a su vez, su historia ha sido marcada por el conflicto armado, los cultivos ilícitos, la minería ilegal, la deforestación y la debilidad institucional. Sin embargo, a pesar de esta estructura de problemas, las comunidades rurales han ido desarrollando diferentes formas de organización social y económica, impregnadas de la defensa del territorio, del arraigo campesino y de la economía solidaria.

La economía de Puerto Asís se basa principalmente en la agricultura familiar, la ganadería, la pesca artesanal y el comercio. La fertilidad de los suelos y la exuberancia del clima tropical permiten una gran variedad de cultivos, entre algunos ellos, bananos, maíz, cacao, yuca, etc., pero en la mayoría de las ocasiones, los productores carecen de canales de distribución y son dependientes de intermediarios que hacen posibles cultivar pero que limitan sensiblemente el margen de ganancia, en donde las vías rurales son muy malas y dificultan la comunicación entre veredas y lugares de asentamiento.

Por otro lado, la experiencia de los mercados campesinos atiende a una necesidad social de considerable profundidad: la falta de canales justos, accesibles y sostenibles que les permita a las familias campesinas comercializar sus productos alimentarios de forma directa y digna. Antes de la creación de estas experiencias, los/as productores/as vendían su producción a los intermediarios, que fijaban los precios muy por debajo, haciéndoles entrar en un proceso de vulnerabilidad económica. La carencia, por otra parte, de infraestructura, la dificultad de acceso al transporte o la falta de visibilidad del producto local hacían parte del esquema común.

La pandemia agudizó e hizo visible igualmente este problema, entre otras cosas, al interrumpir los canales de venta existentes, en donde las restricciones de movilidad, el cierre de tiendas, plazas de mercado y la crisis logística llevaron a muchos campesinos y campesinas a ver cómo comenzaban a perder sus cultivos o su capacidad para poderlos distribuir, lo que les

ocasiona pérdidas y en el peor de los casos les dejaba al borde de la inseguridad alimentaria, es por ello que este proceso condujo a un trabajo colectivo desde la base comunitaria de los mercados campesinos.

Aunado a ello, es importante mencionar que los actores beneficiarios son las familias campesinas productoras del municipio las que, como principales beneficiarios de esta experiencia, encuentran en los mercados no solo la oportunidad de generar ingresos para la subsistencia, sino también la posibilidad de fortalecer su identidad campesina, recuperar saberes y mejorar su calidad de vida, muchas de ellas, mujeres cabeza de hogar, jóvenes rurales, adultos mayores o víctimas del conflicto armado.

Sin embargo, otros grupos de la población local también se ven beneficiados, dentro de los cuales se puede mencionar los consumidores urbanos, quienes acceden a productos frescos, sanos y a buen precio, colaborando en el fortalecimiento de una economía de cercanía; los niños y jóvenes que participan en los procesos de formación, sensibilización en torno a la soberanía alimentaria; los colectivos y organizaciones sociales de los pueblos que encuentran en este espacio una plataforma para la divulgación de la agroecología y la economía solidaria.

Ahora bien, los actores internos que están relacionados directamente con la experiencia se caracterizan respecto a que las asociaciones de productores rurales, que son las encargadas de planificar, organizar y asistir a las ferias productivas; realizando la producción, transporte, exhibición y venta de los productos; las juntas de acción comunal y las asociaciones de mujeres rurales, que aportan logística, fomentan la iniciativa en las veredas y aportan conocimientos organizativos; y, los emprendedores de la agroindustria y los jóvenes rurales de la vereda, que están desarrollando productos transformados a pequeña escala como son el arequipe, la mermelada, el pan artesanal, los derivados lácteos.

En relación con ello, es necesario destacar que los actores externos caracterizados corresponden a la Alcaldía Municipal de Puerto Asís, a través de su Secretaría de Desarrollo Económico, la cual apoya institucionalmente la coordinación, logística y divulgación de los mercados; las instituciones de educación, como los colegios rurales y los técnicos agropecuarios, entre los cuales se articulan las pasantías, las prácticas productivas y las ferias escolares, junto a ello las ONGs y sus agencias de cooperación, que han apoyado en procesos de formación, dotación de materiales y fortalecimiento organizativo; los medios de comunicación comunitarios, que visibilizan la experiencia y difunden información acerca de las fechas de las veredas y de la disponibilidad de productos; y, por ende la relación entre los actores es colaborativa y de carácter horizontal, en la que se sustentan ideas de confianza, respeto y construcción colectiva. Los actores internos constituyen los que determinan la dinámica del proceso, y los actores externos facilitan recursos, formación y alianzas.

Teniendo claridad sobre la interacción de los actores, es posible mencionar entonces que con el paso del tiempo, los mercados campesinos de Puerto Asís han alcanzado a desarrollar diversas acciones que han ido evolucionando y adaptándose a las características del contexto rural. Una muy importante ha sido la organización de las ferias campesinas mensuales y eventos especiales, que realizan en el parque central del municipio o en otros espacios públicos estratégicos, es por ello que estas ferias campesinas reúnen regularmente entre 15 y 30 productores locales, quienes pueden ofrecer sus productos directamente a los consumidores, eliminando así la necesidad de la intervención de intermediarios para poder venderlas.

Cabe resaltar que se han establecido las estrategias de comercialización directa, como las ventas de puerta a puerta, la toma de pedidos a través del WhatsApp o las entregas a domicilio sobre todo durante la etapa crítica de la pandemia, cuando las restricciones a la movilidad

limitaron las dinámicas comerciales tradicionales, en donde estas acciones fueron clave para mantener con vida la economía de los hogares campesinos y sostener la rutina de entregar alimentos frescos en el municipio.

Asimismo, se han gestionado procesos de formación orientados a la agroecología, la manipulación de alimentos, la comercialización y el emprendimiento rural los cuales han sido facilitados por diferentes instituciones públicas y ONG que apoyan la programación de capacidades del territorio, que a su vez han contribuido de forma significativa en la mejora de la calidad del producto y en consolidar prácticas de producción sostenibles. Otra de las acciones que se puede mencionar ha sido el de la elaboración de productos transformados como yogur artesanal, pan de plátano, pulpas de fruta, encurtidos y miel, lo cual ha permitido diversificar la oferta, aumentar el valor agregado de la producción y abrir nuevas oportunidades comerciales, el uso estratégico de las redes sociales y de medios de comunicación de tipo comunitario ha sido fundamental para transmitir mensajes de consumo local, convocar a la ciudadanía a las ferias y visibilizar los trabajos de los productores de campo.

La apropiación de los espacios públicos ha constituido también una herramienta de incidencia social por cuanto ha contribuido a establecer un vínculo de la actividad productiva entre lo rural y lo urbano, estableciendo una conciencia sobre la necesidad de estimular las particularidades de las economías locales, en aras de reforzar el tejido social y económico del municipio. La organización de las ferias en torno a los espacios idóneos y específicos ha requerido la implementación de los distintos recursos: en términos de los recursos logístico se han utilizado carpas, mesas, sillas, neveras portátiles, así como los recursos de la movilidad de los productos que habían de ser comercializados desde las veredas, o hacia los espacios de comercialización; en términos de recursos humanos se ha utilizado con el concurso de

voluntariado, de líderes comunitarios, de promotores rurales que en cada feria se encargan de ayudar a la organización y la implementación de cada feria; el apoyo institucional ha sido igualmente fundamental dado que ha estado presente el acompañamiento técnico, los permisos municipales y la difusión por parte de las entidades públicas; y finalmente se ha dado el uso de tecnologías de la información y la comunicación abordables como comunicaciones informáticas de WhatsApp, Facebook, Google Forms.

Ahora bien, la trayectoria de los mercados campesinos de Puerto Asís es un claro caso de innovación social que surge desde lo rural, ya que integra a la perfección principios de economía solidaria, producción agroecológica, empoderamiento y participación comunitaria. El proceso de los mercados campesinos no sólo ha implicado una transformación de las dinámicas económicas locales, sino que ha traído consigo impactos importantes de diversa índole a partir de los objetivos sociales y ambientales establecidos en el territorio.

Uno de los aspectos más relevantes es, sin duda, la mejora de la seguridad alimentaria que pueden ofrecer a la comunidad, ya que facilita el acceso a alimentos frescos, sanos y producidos en la cercanía, el cual puede tener un impacto en la soberanía alimentaria de la comunidad en cuestión, al mismo tiempo que propicia la autonomía económica de las mujeres campesinas, muchísimas de ellas en los mercados campesinos han encontrado el ámbito de los microemprendimientos, el aumento de los ingresos y un espacio para fortalecer su papel dentro de la estructura productiva y familiar.

De la misma manera, esta vivencia colabora con la conservación del medio al fomentar prácticas agrícolas que respetan la temporalidad de la naturaleza y evitan el uso de agroquímicos en exceso, mostrando así la posibilidad de construir un alternativa real a las economías extractivas que amenazan a los ecosistemas y a los modos de vida tradicionales. A este respecto,

el mercado también tiene un carácter de espacio comunitario educativo en el que se refuerzan los aprendizajes colectivos en relación con la comercialización, la organización social, los derechos económicos y a la cooperación.

De ahí que se pueda concluir, como ya lo harán sus protagonistas, que los mercados campesinos que se dan en Puerto Asís no constituyen solo una estrategia de desarrollo económico local, sino de resistencia y construcción de paz territorial desde el cotidiano. Emplean una respuesta muy concreta a los límites de los modelos de desarrollo tradicionales y dan cuenta de las capacidades que en sus territorios pueden generar las comunidades para construir alternativas innovadoras, inclusivas y sostenibles desde su propio contexto y desde sus propios saberes.

## **6. Análisis de la experiencia**

La experiencia de los mercados campesinos ha implicado la transformación de las dinámicas sociales del municipio, a partir de la cual algunos pequeños productores comienzan a ser percibidos como agentes fundamentales del desarrollo territorial. Por lo tanto, no solo se han mejorado en sus condiciones económicas, sino que también han recuperado su dignidad y autoestima como campesinos. La posibilidad de llegar directamente al mercado ha logrado reducir el uso de intermediarios, lo que les ha permitido alcanzar cierta autonomía y fortalecer la economía popular.

Adicionalmente, es necesario destacar que la sostenibilidad de los mercados campesinos se traduce en varios aspectos. El ambiental, a partir de la promoción de la agroecología como prácticas productivas respetuosas por la biodiversidad del territorio local; debido a que los ingresos que generan las ventas directas permiten la sostenibilidad de los hogares campesinos; la diversificación de la producción transformada garantiza la posibilidad de agregar valor a los

productos y disminuyen la posibilidad de sufrir riesgos de mercado, pues se han consolidado unas formas organizativas productivas, por las alianzas que han podido desarrollar con ciertas primarias institucionales que les ofrecen soporte técnico pero que no promueven prácticas asistencialistas.

Por otro lado, la gobernanza de esta práctica se basa en estructuras de participación donde los productores poco a poco son los que deciden de manera colectiva y tienen la facultad del voto. No son las ferias dirigidas por una agencia externa sino que son gestionadas por huertos de campesinos organizados, de ahí que se fortalezca el liderazgo comunitario. Se han establecido espacios de interlocución pública y privada que reconocen y sostienen la legitimidad del proceso. Esa gobernanza colaborativa permite que los esfuerzos locales se articulen con las instituciones, al mismo tiempo que no se pierde el control comunitario del proceso.

Dentro de esta misma línea es pertinente traer a colación que la innovación de esta experiencia no radica únicamente en las tecnologías utilizadas, sino que está en la manera que los actores rurales han resignado herramientas sencillas adaptándolas a su contexto. En función de la pandemia, estas herramientas permitieron mantener activos los canales de comercialización y, hoy, continúan ocupando un lugar central para unir oferta y demanda. La transformación de productos agrícolas en o sus derivados artesanales expresa una creatividad orientada hacia un desarrollo económico sostenible, al tiempo que responde a las necesidades alimentarias y culturales de la comunidad local.

Por lo anterior, la experiencia parece, pues, haber tejido una red variada de colaboración entre campesinos, consumidores, organizaciones sociales e instituciones del propio Estado. A dicha conectividad no la restringimos a la utilización de tecnologías digitales, sino que está también en la capacidad de articular diversos actores con un objetivo común: la soberanía

alimentaria y la economía local. Esa colaboración ha sido fundamental para acceder a capacitaciones, para visibilizar la experiencia y para construir un movimiento social rural con proyección territorial.

En cuestiones generales, la experiencia de los Mercados Campesinos en Puerto Asís puede ser interpretada más como una experiencia de innovación social, que como una experiencia de emprendimiento social, dada su naturaleza que no se preocupa por el hecho de construir un modelo de negocio sino más bien proponer transformaciones de relaciones sociales, económicas y culturales en el interior del territorio. El modo de practicarlo nace como respuesta colectiva a problemáticas estructurales como la intermediación abusiva, la pérdida de la identidad campesina y la inseguridad alimentaria, siendo la base de su desarrollo la construcción de redes de cooperación, autonomía y justicia económica. La innovación reside de hecho en una articulación del acceso al mercado desde abajo, democratizando los canales de comercialización y desarrollando una lógica de la economía solidaria en el que se genera un reconocimiento mutuo entre los productores y los consumidores. Por otro lado, el enfoque agroecológico y comunitario en que se basa es ese pilar que le da un sentido totalmente innovador respecto a los modos productivos tradicionales, incorporando el componente ambiental, cultural y social que constituye la base del desarrollo rural.

Ahora bien, desde la evaluación de los cinco vectores que hacen posible la identificación de una experiencia de innovación social —innovación, impacto social, cambio sistémico, participación y consistencia— esta práctica a estudiar cumple con todos estos criterios. La innovación aparece a partir del paso de comercializar en formas tradicionales y familiares a comercializar en formas cooperativas, de coste bajo y de plena adaptabilidad a las condiciones de escasez e inestabilidad del entorno sociopolítico. El impacto social se representa a partir, por

ejemplo, de la mejora de los ingresos familiares, del reconocimiento de la identidad campesina y de la creación de redes de confianza y de fidelidad, frente al recurso de una economía global que quebranta cualquier tejido social. En lo que respecta al cambio sistémico, la experiencia de los mercados campesinos ha tenido la capacidad de construir y posicionar un espacio legítimo de economía alternativa en un contexto de gran adversidad para lo rural, articulando lo comunitario y lo institucional, y devolviendo el sentido al lugar donde se producen y disponen los alimentos. La participación se manifiesta a través de estructuras de toma de decisiones horizontales que empoderan a los productores y que los conciben como sujetos políticos. Por último, la consistencia está presente a partir de la caracterización de la misma práctica de los mercados campesinos, que ha resistido el paso del tiempo, adaptándose a situaciones adversas —como la llegada de la pandemia—, y consolidándose como una propuesta de visión territorial y de largo plazo. Por tanto, podemos afirmar que esta experiencia no representa solamente una experiencia de innovación social, sino también de toda una forma de inspiración de una transformación estructural en el ámbito rural marginado.

## **7. Conclusiones**

Por medio de la experiencia de los Mercados Campesinos de Puerto Asís representa una manifestación concreta de innovación social desde lo rural, que permite observar cómo las comunidades pueden dar respuesta a problemáticas estructurales como la exclusión económica, la inseguridad alimentaria y la desconexión entre campo y ciudad a partir del ejercicio de estrategias creativas, sostenibles y colectivas. De esta manera, a través de esta experiencia los pequeños productores no solo logran mejorar su nivel de ingresos y sus condiciones de vida, sino que facilita robustecer su identidad campesina y la trama social, así como su capacidad de ejercer agencia frente a la problemática del desarrollo local.

El análisis a través de los cinco ejes de la innovación social demostró que la experiencia presentada posee una buena capacidad de alcanzar la transformación social, sostenibilidad, participación comunitaria, creatividad en la utilización de los recursos en términos del desarrollo local, además de una notable capacidad de colaboración intersectorial. Adicionalmente, la sistematización permitió reconocer aprendizajes incipientes alrededor de la autogestión, la apropiación del espacio público y la conformación de economías alternativas de carácter territorial. En conjunto, esta experiencia debido a su experiencia se transforma en un ejemplo replicable y escalable que contribuye al tejido social y a la construcción de paz en los territorios.

Por su parte, la investigación realizada estableció un estudio de cómo los Mercados Campesinos de Puerto Asís constituyen una vía concreta de conformar existencias y propiciar la innovación social en territorios rurales. Desde su emergencia como acción comunitaria centrada en la materialización como una forma más o menos consolidada de economía solidaria, esta iniciativa dio cuenta de la posibilidad de llevar la transformación local los propios territorios a través de la autogestión, la participación y la utilización de sus recursos. Los resultados confirmaron que este tipo de iniciativas generan formas de desarrollo que son más alternativas, justas, inclusivas y sostenibles, y que se adecuan a las necesidades y posibilidades del territorio.

En esta línea, el estudio demostró cómo esta práctica ha potenciado la autonomía económica de los pequeños productores, ha dado visibilidad a su reconocimiento como sujetos relevantes del territorio y ha generado dinámicas de trabajo compartido entre los distintos sectores. De esta forma, se cumple con el objetivo general de comprender y argumentar el valor de esta experiencia como un modo de transformación que aglutina innovación, repercusión social, cambio sistémico, participación y consistencia, posicionando a los Mercados Campesinos como una alternativa de desarrollo territorial construida desde abajo.

## 8. Recomendaciones

En primera instancia y desde una perspectiva sociológica, consolidar la capacidad de organizarse y liderar la comunidad resulta esencial a la hora de garantizar la sostenibilidad que ofrecen los Mercados Campesinos.

Las formaciones deben de ir más allá de aspectos técnicos, y servir para trabajar herramientas que favorezcan la construcción de redes sociales, mecanismos participativos y la gestión colectiva por los recursos, en la medida en que ello va a contribuir a que, además de mejorar su autonomía económica, los productores se empoderen como sujetos sociales que contribuyen a construir políticas públicas y procesos territoriales. Si a lo anterior se añaden las formas de inclusión activa de mujeres y jóvenes en posiciones de liderazgo, se asegura la diversidad y continuidad del proyecto, promoviendo la justicia social y la democratización del espacio público rural.

Ahora bien, también es posible considerar un enfoque de comunicación, en donde la visibilidad estratégica de esta experiencia es clave para potenciar su impacto social y su escalabilidad. Elaborar un plan de comunicación como medio de contar las historias de vida y los procesos que derivan o emergen de los mercados, mediante medios comunitarios, medios audiovisuales, medios digitales, etc., es una recomendación que puede hacerse. La capacitación en comunicación estratégica para actores locales promoverá que éstos gestionen por sí mismos la difusión de esta, ayudando de este modo a potenciar su autonomía y tejer una narrativa colectiva en torno a la innovación social y la soberanía alimentaria. Este tipo de comunicación empodera a los productores y productoras, genera sentido de pertenencia y promueve la vinculación con aliados institucionales y consumidores sensibilizados.

### Referencias bibliográficas

- Alonso, J., González, M., & Nieto, P. (2018). Innovación social y transformación de las relaciones sociales. *Revista de Estudios Sociales*, 66, 45-58.  
<https://www.investigobiblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/4165>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2024). Estrategias de desarrollo social y participación comunitaria. Publicaciones DNP. <https://www.dnp.gov.co/>
- Hernández, L., Tirado, R., & Ariza, J. (2016). Participación y cohesión social en proyectos de innovación. *Enfoques contemporáneos en Innovación Social*, 22(4), 134-152.  
[https://revistacomunicacion.com/wp-content/uploads/2023/12/COM\\_2023\\_203-204\\_71-88.pdf](https://revistacomunicacion.com/wp-content/uploads/2023/12/COM_2023_203-204_71-88.pdf)
- Jailler Castrillón, J. (s.f.). Innovación social: Un proceso en constante adaptación. Documento de trabajo, Universidad Nacional de Colombia.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2145-77782021000200302&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2145-77782021000200302&script=sci_arttext)
- Meneses, F. (2022). Evaluación de estrategias de innovación social: Un enfoque participativo y sostenible. *Revista de Innovación y Desarrollo*, 10(3), 88-105.  
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/65879>
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2010). *Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*. Edward Elgar Publishing.  
[https://www.researchgate.net/publication/292511739\\_THE\\_international\\_handbook\\_on\\_social\\_innovation\\_Collective\\_action\\_social\\_learning\\_and\\_transdisciplinary\\_research](https://www.researchgate.net/publication/292511739_THE_international_handbook_on_social_innovation_Collective_action_social_learning_and_transdisciplinary_research)