

Impartiendo salud mental al campesinado

Yeraldyn Pino Garcia

Asesor

Juan Sebastian Avila Santos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela De Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ESCAH

Psicología

2025

Resumen

El presente documento tiene como propósito establecer la sistematización de innovación social que se llevó a cabo en el agromercado campesino, ubicada en el municipio de Tuluá Valle, quienes son los agricultores los protagonistas de esta asociación, desde hace veinticuatro años exactamente, transportando desde cada una de sus fincas a la comunidad, variedad de alimentos y productos de alta calidad, sin hacer uso de químicos, insecticidas ni fertilizantes, que afecten la salud física y alimentaria.

A razón de lo anterior, la población objeto de estudio ha sido víctima durante muchas décadas de grupos al margen de la ley, este flagelo diariamente azota a los campesinos, siendo víctimas de situaciones como el desplazamiento forzado, asesinatos, e incluso despojo de sus tierras. En este sentido, a pesar de contar con nivel alto de diversidad en el país, las oportunidades parecen escasear frente a las problemáticas sociales económicas, culturales y políticas. Por lo tanto, resulta importante abordar estrategias de apoyo psicosocial con la implementación de acciones orientadas a la promoción y prevención de la salud mental, de la población campesina, por medio del enfoque psicológico basado en el modelo cognitivo – conductual.

Desde aspectos metodológicos esta investigación permite describir las experiencias vividas y establecer cualitativamente herramientas de recolección de datos importantes, que proporcionen resultados que se agrupan en las categorías abordadas para la aplicación de la TLR (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 formado en aplicación de nuevos procesos).

Palabras claves: Campesinos, Salud mental, Estrategia, Comunidad, Economía sostenible.

Abstract

The purpose of this document is to establish the systematization of social innovation that took place in the rural farmers' market, located in the municipality of Tuluá Valle, where the farmers are the protagonists of this association. For exactly twenty-four years, they have been transporting a variety of high-quality food and products from each of their farms to the community, without using chemicals, insecticides, or fertilizers that affect physical and food health.

As a result of the above, the population under study has been victimized for many decades by groups outside the law. This scourge daily affects the farmers, who are victims of situations such as forced displacement, murders, and even land dispossession. In this sense, despite having a high level of diversity in the country, opportunities seem to be scarce in the face of socio-economic, cultural, and political issues. Therefore, it is important to address psychosocial support strategies with the implementation of actions aimed at promoting and preventing mental health among the rural population, through a psychological approach based on the cognitive-behavioral model.

From a methodological perspective, this research allows for the description of lived experiences and the qualitative establishment of important data collection tools, which provide results that can be grouped into the categories addressed for the application of TLR (Management of ideas and creativity, Management of interactive application development, Process management, and Management of opportunities and change management/social appropriation and social capital formed in the application of new processes).

Keywords: Farmers, Mental health, Strategy, Community, Sustainable economy.

Tabla de contenido

Introducción.....	6
Metodología.....	8
Resultados	11
Conclusiones y recomendaciones.....	15
Referencias bibliográficas.....	17

Lista de Tablas

Tabla 1.....	8
---------------------	----------

Introducción

La innovación social se lleva a cabo por medio de la asociación agrocampesina, que nace el 18 de noviembre del año 2000, hace 24 años exactamente, con la necesidad de impulsar a los campesinos, pero también de finiquitar el intermediario, debido a que quieren ponerle valor al producto del agricultor, ofreciendo por el un bajo e injusto precio, pero este es vendido a un valor más alto, y también con la excusa de que estos tiene extorción, lo cual, es inaceptable, ya que, el campesino es quien trabaja arduamente la tierra cosechando y en algunos casos transportando los alimentos, enfrentándose a climas difíciles e incluso a pérdida de siembras.

La asociación desde sus inicios ha tenido toda la disposición para la comunidad, implementado no solo más variedad en frutas y verduras, sino, en variedad, ofreciendo así otro tipo de productos como los derivados de la leche, cárnicos, huevos, legumbres, miel de abeja, productos capilares, harinas, adobos e incluso la gastronomía típica del Valle del Cauca. El agromercado campesino se diferencia de otro tipo de comercializadores, ya que estos, implementan mecanismos digitales como las redes sociales, los medios de comunicación y las aplicaciones, aprovechando el máximo beneficio para las ventas. Esto se ve reflejado en aplicativos web como la página “Ubícalo” que les presta el servicio a los clientes para que con solo un clic seleccione los productos que desee ordenar llegando directamente a la puerta de las casas.

En el proceso de contextualización y caracterización, se destaca una de las entrevistas realizadas a la señora María Clara Rivera (comunicación personal, 14 de octubre de 2024), quien forma parte del mercado local. En su relato, manifestó que la señora Ana Milena Viveros es la actual representante legal de la asociación y fue la fundadora de la misma, con el apoyo del entonces alcalde y del secretario de agricultura. Estos funcionarios impulsaron las gestiones

necesarias no solo para ofrecer un espacio dentro del municipio a la población proveniente de la zona rural, sino también para consolidar la creación formal de la asociación. Además de estos actores, también participan en organismos institucionales como la alcaldía del municipio de Tuluá, la Gobernación del Valle, la Secretaría de Desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente (SEDAMA), la Fundación Instituto Mayor Campesino (IMCA), la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC) y diversas universidades del municipio.

El proceso de sistematización tiene como propósito analizar el desarrollo de una experiencia de innovación social, mediante la aplicación de los conocimientos y herramientas adquiridos a lo largo del proceso de formación profesional en psicología, así como en el diplomado en innovación social. Esta labor se lleva a cabo a través del trabajo de campo, en el cual los estudiantes participan activamente en la implementación de una estrategia orientada a la transformación comunitaria y/o social, dirigida a un grupo poblacional específico, con especial atención a aquellos en condición de mayor vulnerabilidad. Dicho ejercicio se realiza bajo los principios de la ética profesional y con el compromiso de actuar con la integridad personal que esta labor exige.

Metodología

La sistematización de la información se realizó a partir del uso de fuentes primarias, entendidas como información de primera mano; fuentes secundarias, que corresponden a análisis retrospectivos de datos ya existentes; y fuentes terciarias, conformadas por distintos tipos de investigaciones previamente publicadas. Adicionalmente, se llevó a cabo un acercamiento directo con los actores que conforman el mercado campesino, con el objetivo de identificar sus problemáticas y necesidades. A partir de este contacto, se elaboraron preguntas orientadas a resolver dudas y suplir vacíos de información detectados en determinadas situaciones o procesos. Como parte de la metodología, se aplicó una entrevista semiestructurada a la representante legal de la asociación y a una de sus fundadoras. Así mismo, se recopilaron notas de campo y se elaboró una matriz de categorías y variables que permitió organizar y analizar de manera sistemática los datos obtenidos.

Tabla 1

Matriz de categorías y variables

Matriz	
Categorías	Variables
Importancia de la salud mental	Los campesinos no tienen muy claro el concepto de salud mental y en su gran mayoría no tienen la experiencia de ir a un psicólogo.
Autoconocimiento	Se generó conciencia de la importancia de conocerse así mismo, con una serie de preguntas que los hacía cuestionarse sin saber en ocasiones que responder.
Emociones	Es importante identificar las emociones y que me lleva a tener determinada emoción, se determinó que algunos no conocen que pasa en sí mismos o como pueden cambiar o conservar la emoción.
Apoyo psicosocial	Es importante que identifiquen que es una red de apoyo, además de que se comprendan que estas son siempre necesarias sin importar la edad.

Nota: La matriz está dividida en categorías y variables; en la primera se exponen aspectos relacionados con importancia de la salud mental, autoconocimiento, emociones y apoyo social. Las variables abarcan aspectos directos medibles y verificables dentro de la categoría que la compone.

El enfoque de investigación adoptado para este estudio es de carácter cualitativo, ya que permite describir de manera integral y organizada la trayectoria del mercado Agrocampesino y de las personas que lo integran, quienes constituyen el eje central de esta sistematización. Al respecto el autor Cifuentes (2010) plantea que:

La investigación cualitativa es una propuesta metodológica reflexiva orientada a la construcción teórica, al aportar a la producción intencionada de conocimiento a partir de las vivencias o situaciones experimentadas durante los procesos de intervención social, como los desarrollados desde el trabajo social (p. 33).

Este enfoque resulta coherente con el propósito de la presente investigación, al centrarse en comprender e interpretar las experiencias de los actores involucrados.

El mercado Agrocampesino se posiciona como un proyecto social, ambiental y comunitario con un enfoque alternativo y sostenible, lo cual lo convierte en un escenario propicio para el desarrollo de propuestas innovadoras. Sobre esta misma línea, Alonso et al. afirman que innovar implica "aportar soluciones novedosas a problemas sociales, que sean más efectivas, eficientes o sostenibles que las soluciones existentes y para las cuales el valor creado se acumule en la sociedad en su conjunto en lugar de en los particulares" (2018. p. 122).

Por otra parte, desde el campo de la psicología, es fundamental abordar las necesidades emocionales y sociales de campesinos y agricultores, con el fin de ayudarlos a superar sentimientos de miedo e inseguridad, así como brindarles herramientas que fortalezcan su confianza y seguridad tanto en el ámbito personal como laboral; a su vez, Sánchez et al. (2019)

revelan que las personas expuestas a situaciones de violencia en zonas rurales o dispersas, así como aquellas víctimas del desplazamiento forzado, presentan altos índices de trastornos mentales como fobia específica (6,8%), estrés postraumático (5,7%) y depresión mayor (5,1%), lo que evidencia la necesidad de atención psicológica especializada para su recuperación y bienestar.

En el marco de esta sistematización, se recolectó información de diversas fuentes que permitió abordar los niveles de madurez de la innovación social desde el modelo TRL (Technology Readiness Levels), el cual, según Martínez (2022) citando a Andreia y Jiménez (2015), facilita la identificación del grado de avance de un proyecto innovador, permitiendo caracterizarlo en función de su desarrollo. Los autores indican que, “al comparar un prototipo con los niveles establecidos por el TRL, es posible inferir características específicas que reflejan su nivel de madurez” (Andreia y Jiménez, 2015. p. 20).

De igual forma, se logró identificar el grado de desarrollo del proyecto mediante la aplicación de actividades enmarcadas en I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación), tales como la gestión de ideas y creatividad, el desarrollo interactivo aplicativo, la gestión de procesos, la identificación de oportunidades, así como la gestión del cambio, la apropiación social y la construcción de capital social; todo ello contribuye a la implementación de nuevos procesos orientados a la transformación social y al fortalecimiento de iniciativas sostenibles.

Resultados

Como se ha mencionado en otros apartados, el presente estudio tiene como objetivo analizar a grandes rasgos la innovación social del agromercado campesino del municipio de Tuluá, es por tanto que se parte del reconocimiento de que la política pública ha sido un instrumento fundamental para constituir este mercado como una asociación formal, cuya finalidad esta puesta en mejorar la calidad de vida y el bienestar de la población rural a través de actividades colectivas, para este caso la agricultura; por lo tanto, el agromercado se transforma en un vínculo esencial entre los campesinos, la ciudad y la comunidad local, promoviendo cambios significativos en el tejido social.

Este tipo de enfoque favorece a que los agricultores reciban una mayor proporción de ganancias derivadas de su esfuerzo y trabajo, esto les permite invertir en sus fincas y cultivos, mejorando de esta manera sus condiciones calidad de vida, adicional a esto también se menciona que la política publica impulsa el consumo de productos frescos y de origen local, lo cual contribuye a la reducción de la huella de carbono y el fomento de hábitos alimenticios saludables en la zona urbana.

Los mercados campesinos resultan ser un reflejo claro del ejemplo de políticas publicas aplicadas de manera integral y positiva, lo cual genera beneficios integrales a largo plazo, en este sentido, este proyecto se enfoque no solo en fortalecer la dimensión productiva, sino también en sensibilizar y generar conciencia sobre los riesgos del descuido de la salud mental, reconociendo de esta manera las implicaciones y sus posibles afectaciones en la salud humana. De igual manera, el aprendizaje adquirido por los participantes del proyecto ha sido significativo, al permitirles desarrollar un mayor conocimiento de si mismos, de sus capacidades, destrezas y virtudes, promoviendo de esta manera una percepción mas positiva y fortalecida de sí mismos.

En relación a la gestión de oportunidades y de cambio, se observó impactos positivos tanto en factores internos como externos, ya que las personas que participaron del estudio han empezado a hablar de “empoderamiento” sobre experiencias traumáticas del pasado, reconociendo de esta manera que las situaciones fueron dolorosas, han logrado superarlas y transformarlas en oportunidades de crecimiento personal, a estos procesos les denominamos renacerse simbólicos.

A través del seguimiento sistemático mediante diarios de campo, fue posible evidenciar una evolución progresiva en cada encuentro: mayor desenvolvimiento, reconocimiento de fortalezas y seguridad al expresarse. Esto permitió la generación de nuevas ideas orientadas a continuar promoviendo la salud mental, valorando su importancia como un medio para liberar emociones, resignificar experiencias y transformar al ser humano desde una perspectiva más amplia. Como lo indica la Organización Mundial de la Salud (OMS):

Las intervenciones de promoción y prevención se centran en identificar los determinantes individuales, sociales y estructurales de la salud mental, para luego intervenir a fin de reducir los riesgos, aumentar la resiliencia y crear entornos favorables para la salud mental. Pueden ir dirigidas a individuos, grupos específicos o poblaciones enteras (2022. par. 3).

De esta manera, este ecosistema se transforma mediante la participación activa de víctimas del conflicto armado y del desplazamiento forzado, quienes, a través de procesos de innovación social, logran resignificar sus vivencias y generar cambios positivos en los ámbitos económico, social y ambiental. Así se instrumentaliza el concepto de ecosistema de innovación social, entendido como un subsistema social orientado a la satisfacción permanente de nuevas necesidades de las comunidades consumidoras.

Desde la perspectiva de las ciencias sociales, y considerando la dificultad para delimitar con precisión sus fronteras, un ecosistema de innovación puede definirse como el conjunto de relaciones entre diversos actores dentro de una economía o región determinada, cuyo objetivo funcional es fomentar el desarrollo tecnológico y la innovación (Jackson, 2011). En este contexto, son las capacidades de generación y absorción de conocimiento, más que los recursos materiales, las que determinan la posibilidad de avanzar hacia la resolución de problemáticas y, con ello, hacia patrones de desarrollo que impulsen el bienestar social y el progreso económico (Lundvall et al., 2009; Castellacci y Natera, 2015).

Desde esta perspectiva el agromercado campesino puede ser considerado un sistema innovador en el cual 106 campesinos generan nuevos productos con el fin de satisfacer las necesidades cambiantes de la comunidad. Como lo señalan Hernández et al. (2016), “han proliferado un sinnúmero de prácticas innovadoras de diversa índole emprendimientos sociales, responsabilidad social corporativa, open innovation, crowdsourcing, economía colaborativa, etc., que emergen desde la creatividad y el impulso de distintos movimientos y grupos sociales” (p. 169). Este espíritu de colaboración se refleja en el apoyo que reciben estos agricultores por parte de las universidades del municipio, las cuales realizan compras voluntarias a los emprendimientos campesinos, contribuyendo así al fortalecimiento de su economía y a la consolidación de un modelo de economía colaborativa.

Es importante destacar que esta estrategia puede seguir desarrollándose, ya que el agromercado campesino fue uno de los protagonistas en la COP16, donde tuvo la oportunidad de compartir sus experiencias, ideas y procesos innovadores con otros mercados. Es necesario subrayar que este agromercado no es igual a los demás: sus miembros son en su mayoría

víctimas del conflicto armado y, además de ofrecer productos innovadores, complementan su labor mediante el uso de la tecnología. Han logrado integrar un sistema logístico en el que el campesino lleva sus productos a la comunidad y un domiciliario los entrega directamente al hogar, lo cual representa una innovación significativa tanto en el ámbito productivo como en el modelo de servicio.

Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo con el análisis del nivel de madurez tecnológica (TRL), el agromercado campesino se sitúa actualmente en el nivel 8, con un alto potencial para alcanzar prontamente el nivel 9. Esta categorización se sustenta en que la iniciativa ya ha sido implementada y operada exitosamente, lo cual ha permitido valorar los beneficios concretos que aporta a la comunidad; no obstante, a pesar de su capacidad para ser replicada, aún persisten algunas debilidades internas que es necesario fortalecer con el fin de lograr una ejecución más satisfactoria al momento de realizar un análisis integral de impacto.

Desde la perspectiva de la investigadora como consumidor del agromercado campesino, una de las recomendaciones principales es fomentar nuevas ideas que permitan generar un impacto más amplio, promoviendo los productos que se ofrecen mediante diversos canales de comunicación. Es fundamental destacar sus características diferenciales, especialmente su origen natural y saludable, por lo tanto, las redes sociales se posicionan como una herramienta eficaz para continuar con esta labor de difusión. Desde esta perspectiva como señalan Hidalgo y Pavón (2002), la innovación requiere transformar ideas en productos, procesos técnicos y organizativos nuevos o mejorados, mediante el desarrollo, la fabricación y la comercialización, incluyendo la transferencia de resultados y su adecuada divulgación. Por lo tanto, resultaría estratégico utilizar videos y contenido visual que muestren los distintos emprendimientos, explicando sus procesos y resaltando que los productos están libres de plaguicidas, químicos o sustancias nocivas, lo cual representa un valor agregado para los consumidores.

Adicionalmente, Medina y Basurto (2018) enfatizan que “un elemento definitorio para la innovación es que debe ser probado por un gran número de usuarios potenciales y este proceso debe tener un final y una conclusión lo más pronto posible para evaluar su grado de éxito” (p.

68), por lo tanto, recopilar comentarios y valoraciones de los consumidores a través de redes sociales puede constituir una valiosa fuente de retroalimentación para continuar mejorando la propuesta del mercado campesino.

Otra recomendación relevante es seguir promoviendo el vínculo con instituciones de educación superior que deseen aportar al fortalecimiento del agromercado, ya que, estos espacios no solo permiten a los estudiantes crecer profesionalmente, sino también desarrollarse como personas íntegras, al conectarse con las historias de vida de quienes integran la asociación, esto resulta particularmente relevante debido a que permite visibilizar a la organización de manera continua como la única asociación formal de mercado campesino en el departamento del Valle del Cauca, lo que demuestra su capacidad de resistencia y trascendencia a pesar de las múltiples dificultades enfrentadas.

Por último, como futura profesional, considero fundamental brindar atención a los eventos traumáticos que han vivido muchos de los integrantes del agromercado y sus familias; situaciones que, en algunos casos, aún continúan experimentando, por lo cual es urgente facilitar su acceso a rutas de atención psicológica que les ofrezcan un acompañamiento psicosocial adecuado. Sabemos que el apoyo estatal en este ámbito ha sido limitado; sin embargo, la intervención profesional puede marcar una diferencia significativa, al ayudar a estas personas a resignificar sus experiencias y a superar las secuelas emocionales de manera más saludable y constructiva.

Referencias bibliográficas

- Andreia y Jiménez (2015) citada en Martínez Salazar, R. (2022, 23 de diciembre). *Innovación social en salud desde una unidad de cuidados intensivos en Honda Tolima* [Trabajo de diploma, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD]. Repositorio institucional UNAD. Citando a <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/54105>
- Alonso, D., González, N., & Nieto, M. (2018). *Emprendimiento social vs innovación social*. Cuadernos Aragoneses De economía, 24(1-2), 119–140.
- 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), 1–33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113385>
- Castellacci, F., & Natera, J. M. (2015). *Innovation, absorptive capacity and growth heterogeneity: Development paths in Latin America 1970–2010* (Working Papers on Innovation Studies No. 20150820). Centre for Technology, Innovation and Culture, University of Oslo. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30050.76483>
- Gatica, S., Soto, W., & Vela, D. (2015). *Ecosistemas de innovación social: El caso de las universidades de América Latina*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30050.76483>
- 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), 165–199. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.88.8849>

Jaillier, É., González, S., Arias, C., & Suárez, L. (2020). *Construyendo la innovación social: Guía para comprender la innovación social en Colombia* (Capítulos 1 y 2).

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

León, S., Casas, G., Cuervo, J., García, T., González, C., Moreno, R., & Bernal, O. (2023).

Trastornos de salud mental en población desplazada por el conflicto en Colombia: análisis comparado frente a la Encuesta Nacional de Salud Mental 2015. Revista Colombiana de Psiquiatría. [Artículo en prensa o sin volumen/número al momento de consulta].

Lundvall, K. J. Joseph, C. Chaminade y J. Vang (Eds.), *Handbook of Innovation Systems and Developing Countries: Building Domestic Capabilities in a Global Setting* (pp. 1–32).

Edward Elgar Publishing.

https://www.researchgate.net/publication/285892193_Innovation_system_research_and_developing_countries

Medina, R., & Basurto, C. (2018). *Discusión de los distintos tipos de innovación*. *Revista Publicando*, 5(15[2]), 59–99.

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2018, 30 de marzo). *Mental health: strengthening our response* [Hoja informativa]. Recuperado de <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

Roa, C., & Acero, Y. (2021). *Sistematización de experiencias*. *Germina*, 3(3), 31–38.

<https://doi.org/10.52948/germina.v3i3.230>

Sánchez, D., Castaño, G., Sierra, G., Moratto, N., Salas, C., Buitrago, J., & Torres, Y. (2019).

Salud mental de adolescentes y jóvenes víctimas de desplazamiento forzado en Colombia.

Revista CES Psicología, 12(3), 1–18.

<https://www.redalyc.org/journal/4235/423561568001/html>

Tejada Estrada, G. C., Cruz Montero, J. M., Uribe Hernández, Y. C., & Ríos Herrera, J. J.

(2019). *Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas*. Revista Venezolana de Gerencia,

24(85). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864011>