



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

“Mercados Campesinos en Zipaquirá, una estrategia alternativa de apoyo al pequeño y mediano productor”

Paola Andrea Castañeda Escarraga

Universidad del Rosario

Escuela de Ciencias Humanas

Bogotá, Colombia

2022

“Mercados Campesinos en Zipaquirá, una estrategia alternativa de apoyo al pequeño y mediano productor”

Presentado por:

Paola Andrea Castañeda Escarraga

Trabajo de grado para obtener el título de Antropóloga

Director de Monografía: Emmanuel Quiroga

Escuela de Ciencias Humanas

Programa de Antropología

Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia

2022

Tabla de contenido

Introducción	5
Un acercamiento a la problemática	10
Estado del arte	10
Marco teórico	18
Sistema Agroalimentario	19
Régimen alimentario corporativo y sistema agroalimentario global	22
<i>Sistema agroalimentario global</i>	23
Sistema alimentario sostenible y Soberanía alimentaria	28
Experiencias y propuestas alternativas. Los circuitos cortos de comercialización	32
<i>Los circuitos cortos de comercialización</i>	33
<i>Los mercados como una muestra de circuitos cortos de comercialización</i>	37
Aplicación de los conceptos	39
<i>Sistemas agroalimentarios</i>	39
<i>Experiencias y propuestas alternativas</i>	40
Metodología	42
Metodología Cualitativa y un enfoque etnográfico	42
Técnicas de recolección de datos	43
Operacionalización de los conceptos	47
Procesamiento y análisis de datos	48
Zipaquirá y su Programa de Mercados Campesinos	49
Conociendo el municipio de Zipaquirá	50
Aspectos económicos del municipio	54
<i>Vocación agropecuaria del municipio</i>	58

Políticas públicas municipales relacionadas con el sector rural	60
<i>Mercados Campesinos</i>	66
Mercados Campesinos y las prácticas de producción y comercialización entorno a este	72
Contextualización de Mercados Campesinos Zipaquirá	72
<i>¿Cómo es el programa de Mercado Campesino hoy?</i>	76
Mercados Campesinos y las prácticas entorno a este	78
<i>¿Cómo es producir para este mercado?</i>	81
<i>¿Cómo es comercializar en este mercado?</i>	91
Conclusión.....	97
El Sistema Agroalimentario Global (SAG) y como se ha llegado a los Mercados Campesinos	97
Principales hallazgos de esta investigación	100
<i>Consideraciones finales</i>	103
Bibliografía	106
Anexos	113
Anexo 1: Mapa de áreas de actividad en suelo rural	113
Anexo 2: División política rural	114
Anexo 3: Subdivisión municipal - Zipaquirá	115

Tabla de abreviaturas

ACFC	Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria
ALCAMPO	Alianza Comunal y Campesina
ASOHOFrucol	Asociación hortifrutícola de Colombia
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CICC	Comité de Interlocución Campesina y Comunal
CCC	Circuitos Cortos de Comercialización
DANR	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FSI	Fundación San Isidro de Duitama
IPM	Índice de Pobreza Multidimensional
ILSA	Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativo
NBI	Necesidades básicas Insatisfechas
ONG	Organización no Gubernamental
OXFAM	The Oxford Committee for Famine Relief
POT	Plan de Ordenamiento Territorial
SA	Sistema Agroalimentario
SAG	Sistema Agroalimentario Global
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SISBEN	Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales
UAF	Unidad Agrícola Familiar

1. Introducción

En Colombia la agricultura ha experimentado cambios a lo largo de la historia, que han tratado de ir a la par con las transformaciones que se gestan a nivel global y con los cambios que sufren los sistemas económicos. En Colombia se inició una transformación en el sector agrícola durante la administración de Alfonso López Michelsen (1974-1978), que introdujo elementos del libre mercado en su plan de desarrollo, para estabilizar la economía e incorporarse a mercados internacionales principalmente. A partir de esto, se sucedieron más procesos para liberar el mercado, que alcanzaron su punto más alto con las políticas de la administración de César Gaviria (1990-1994) (Kalmanovitz & López Enciso, 2006).

Bajo la consigna de la modernización de la agricultura, se implementó una estrategia productiva que consistía en hacer eficiente los minifundios, intensificar el uso de la tierra e impulsar la producción de aquella poco explotada. Así, se ejecutó un desarrollo integral, que contemplaba aspectos productivos, de comercialización, mejoras en la infraestructura de las zonas rurales y asistencia social. Junto a estas estrategias y la liberalización del comercio, se dio una transición a un modelo sujeto a la competencia, con el que se creía que se abrirían más oportunidades para los ciudadanos de forma equitativa. Esto llevó a que los intereses de los productores agrícolas se modificaran y los recursos fueran destinados a otro tipo de cultivos, que ejercían un uso más intensivo del suelo y generaban mayor rentabilidad, al tiempo que los productos agrícolas tenían mayor participación en los mercados internacionales (Kalmanovitz & López Enciso, 2006).

Los cambios en el sistema económico, así como la modernización de la agricultura y su incursión en mercados internacionales, no fue un suceso único en Colombia. Este fenómeno hizo parte de la consolidación de un mercado alimentario global, caracterizado por poseer una cadena agroalimentaria extensa, que es controlada en su mayoría por grandes corporaciones alimenticias. Si bien este mercado ha impulsado un sistema agroalimentario que es beneficioso para los productores que pueden asumir las demandas de este sistema, sectores como el de medianos y pequeños productores, que no están en las condiciones de satisfacer estas demandas, quedan expuestos a la posibilidad de no participar en este mercado y ser excluidos de estas dinámicas comerciales (Van der Ploeg, 2019 & Delgado Cabeza, 2010 & Rodríguez Muñoz, 2010).

Las transformaciones mencionadas anteriormente constituyeron el sistema agroalimentario vigente, el cual se caracteriza principalmente por su concentración de poderes. Sin embargo, esta

no es la única preocupación en torno a este sistema, puesto que, este ha creado inestabilidad en el ámbito económico, social, político, cultural y medio ambiental, de diversas sociedades. Ante el desconcierto y desigualdad que ha creado el sistema agroalimentario contemporáneo, han surgido iniciativas por parte de gobiernos, empresas, Organizaciones no Gubernamentales (ONG) y sociedad civil, para tratar de revertir o por lo menos controlar las repercusiones de este sistema. Estas iniciativas tienen en común la necesidad de proteger a quienes este sistema agroalimentario ha afectado, particularmente a los pequeños y medianos productores y al medio ambiente (Van der Ploeg, 2019). Estas iniciativas buscan realizar acciones alternativas al sistema agroalimentario actual y generar un cambio en la forma en que se realizan los procesos que surgen en cada etapa de la cadena agroalimentaria. De modo que se puedan atender las necesidades e intereses de los pequeños y medianos productores, proteger al medio ambiente, recobrar el derecho de los pueblos a decidir cómo desarrollar su sistema agroalimentario, ejercer un comercio justo, fortalecer lo local, impulsar el uso de recursos endógenos y promover la seguridad y soberanía alimentaria de los pueblos. Así, poder construir un sistema agroalimentario que sea sostenible y que contemple a todos los actores de la cadena agroalimentaria de forma equitativa y apropiada (Barriga Velásquez, 2016 & Sánchez Hernández, 2009).

Los mercados campesinos son un ejemplo de las alternativas planteadas al sistema agroalimentario actual. También pueden ser denominados como mercados locales, de agricultores localizados, rurales, orgánicos o agrícolas. Y su objetivo principal es el de constituir un espacio de comercio justo realizado a través de circuitos cortos, en donde se dé un acercamiento de los procesos y los actores de la cadena agroalimentaria a través de la eliminación de la figura del intermediario. Además, pretenden salvaguardar la seguridad y soberanía alimentaria, de esta manera, configurar una red de apoyo para los pequeños - medianos productores y comercializadores (Roldán Rueda, et al., 2018 & Mauleón, 2011).

En Colombia existe una propuesta social, económica y política denominada Mercados Campesinos, que surgió a partir de la asociación de nueve organizaciones campesinas, que buscaban posibilitar la influencia del campesinado en la realización de políticas públicas y la participación económica justa de este grupo en el mercado (Roldán Rueda, et al., 2018 & Parrado Barbosa, Molina Ochoa, 2014). Si bien esta es la propuesta con más impacto en el país, pues tiene representatividad en diversos departamentos y ha acogido a muchos productores, también es cierto

que han surgido propuestas a nivel local en donde se quiere crear experiencias de mercados alternativos para el beneficio de la comunidad.

Este es el caso del programa gubernamental de Mercados Campesinos del municipio de Zipaquirá, que lleva desarrollándose desde el año 2012 bajo la dirección de la Secretaria de Desarrollo Rural y Ambiente de la Alcaldía de Zipaquirá. Este programa busca vincular a los pequeños productores del municipio, que cuentan con las condiciones para establecer una huerta casera en sus predios, para brindarles un espacio seguro y permanente, en el que puedan realizar la venta de los alimentos producidos allí. Este programa se ha constituido como un espacio que fomenta la producción agrícola a pequeña escala, a través de las huertas caseras y en un canal de comercialización, por medio del mercado campesino. Así pues, este programa se enfoca en dos etapas de la cadena agroalimentaria, por un lado, la producción y por el otro la comercialización, procesos que, en este caso son realizados por la misma persona, rompiendo con la figura del intermediario.

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, en esta investigación se ha querido comprender esta política pública de Mercados Campesinos, como un programa con el objetivo de incentivar la producción y comercialización de pequeños y medianos productores, que son uno de los grupos más afectados y relegados por el actual sistema agroalimentario global. Esto llevó al cuestionamiento de ¿Cómo influye la ejecución del programa Mercado Campesino de Zipaquirá sobre las prácticas de producción y comercialización de los productores que hacen parte del programa? El objetivo general de esta investigación es comprender como influye este programa sobre las practicas ejercidas por los productores. A su vez se buscó desarrollar este a través de dos objetivos específicos:

- Indagar sobre las características y el proceso de implementación del programa de Mercados Campesinos adelantado por la Alcaldía de Zipaquirá
- Identificar/describir cómo los participantes del programa de Mercado Campesino de Zipaquirá organizan sus prácticas de producción y comercialización con relación a dicho programa.

El interés por conocer la propuesta de Mercados Campesinos Zipaquirá, surge en medio del afán de comprender desde lo local, propuestas alternativas a las practicas del sistema agroalimentario global. Si bien se han desarrollado diversos análisis de propuestas de Mercados

Campesinos en el país, esta investigación quiso mostrar un programa, hasta cierto punto, autónomo de otros mercados, generado por el gobierno municipal y que se convierte en un espacio para reflexionar cómo desde la administración municipal se está tratando de revalorar el papel de los pequeños agricultores y el tipo de agricultura que se lleva a cabo en el municipio. De esta forma, esta investigación pretende aportar a la comprensión sobre modelos alimentarios alternativos en el país, al conocimiento acerca del sector rural del municipio de Zipaquirá, ya que no posee investigaciones de carácter social sobre el tema. También se busca realizar una contribución al conocimiento sobre Mercados Campesinos del municipio, que no cuenta con investigaciones sobre el programa, debido a su reciente institucionalización.

Este documento da cuenta de este programa, desarrolla la pregunta de investigación y los objetivos, mediante un acercamiento al tema a lo largo de tres capítulos. En el primer capítulo se presentan diferentes documentos producidos sobre el tema, los cuales evidencian los múltiples ángulos desde los cuales se ha trabajado la problemática expuesta anteriormente. En este mismo capítulo se exponen los conceptos con los cuales se analiza el caso de investigación presentado. Este finaliza detallando el enfoque metodológico que se usó durante el proceso.

El siguiente capítulo se centra en contextualizar el programa de Mercados Campesinos de Zipaquirá, a partir de información que fue recolectada desde el enfoque de la Alcaldía Municipal, que es el ente regulador de este programa. Se inicia con una descripción del municipio que incluyó la ubicación territorial y las dinámicas poblacionales y económicas que se han dado recientemente, para luego caracterizar el sector rural del municipio. Este capítulo continúa describiendo el programa de Mercado Campesino, relatando cómo surgió, cuáles son los actores sociales involucrados en él, los objetivos que se quieren lograr con su implementación, hacia quién va dirigido o busca beneficiar y cuáles han sido los resultados y proyecciones a futuro.

En el capítulo final, se analizan las prácticas de producción y de comercialización de los productores, con relación a su participación en el programa de Mercados Campesinos. Esto se explora mencionando como se relacionan los productores con el programa, cuáles fueron los criterios de ingreso que cumplieron para ingresar a este, las motivaciones para continuar en el programa y cuales han sido los beneficios que les ha acarreado permanecer a este mercado. Tras conocer las percepciones de los productores, se continuo con el objetivo central del capítulo, que consistía en indagar cómo ellos desarrollaban sus prácticas de producción y comercialización en

este programa, con la intención de conocer si estas, habían tenido algún tipo de transformación o se mantenían. Finalmente, se expuso cual había sido el impacto y relación frente a las prácticas de producción y comercialización de sus integrantes.

2. Un acercamiento a la problemática

2.1 Estado del arte

La agricultura inició una transición productivista tras la segunda guerra mundial, caracterizada por su industrialización a través del uso de insumos químicos y la aplicación de monocultivos. El funcionamiento de ese sistema agroalimentario se consideró adecuado, puesto que se estaba dando una producción a gran escala que permitía el aumento de ingresos a los productores partícipes de él y mantenía una oferta de alimentos constante. Estos beneficios se pusieron en tela de juicio desde la década de 1960, pues en ese punto se empezó a considerar los efectos secundarios que traía consigo la sobre-explotación de la tierra y la globalización del sistema agroalimentario, efectos que recaían principalmente en aspectos sociales y ambientales (Guirado, et al. 2017).

Esta transición implicó un cambio en las áreas rurales, puesto que aquellas zonas de explotación tradicionales fueron desplazadas por explotaciones más competitivas, que se adaptaran a las nuevas demandas del mercado y para lograrlo los productores se hicieron dependientes al mercado mundial por medio de la adquisición de insumos agrícolas (Guirado, et al. 2017). Además, se generaron unas relaciones comerciales desiguales, en donde se les concedieron subsidios agrícolas a grandes productores, que hacía más vulnerables a los pequeños productores ante ellos y se dio una concentración de poderes en el mercado alimentario mundial (Calisto Friant, 2016). Frente a esta situación, a partir de la década de 1960 inicia una búsqueda de soluciones y alternativas que permitan producir un cambio en el sistema agroalimentario y hacerlo sostenible.

Los movimientos alimentarios que surgieron se configuraron como una alternativa al modelo alimentario formado con la globalización. Estas propuestas se centraron en la producción de alimentos de calidad, el desarrollo de los territorios, más adelante se anexaron otras temáticas como la agricultura urbana, la agricultura de proximidad, la producción y el consumo local, entre otras (Guirado, et al. 2017). Estas acciones pretenden contrarrestar los efectos negativos del modelo

alimentario actual, fortaleciendo la agricultura local, disminuyendo la intermediación excesiva y permitiendo que a lo largo de la cadena alimentaria se produzcan ingresos justos.

La agricultura social es entendida como un proceso de integración y empoderamiento de colectivos en riesgo de exclusión social, a través de actividades agrarias en donde se construye un vínculo con el territorio, se propone un modelo agroalimentario más integrado socialmente, una producción ecológica con valor social añadido y la compra directa (Guirado, et al. 2017). Un caso de agricultura social es el de España: las primeras iniciativas surgen allí entre la década de 1960 y 1970 en medio de una crisis del sector agrario. Esta es una alternativa económica fundamentada en la agricultura ecológica y de proximidad, centrada principalmente en la horticultura, que está inmersa en un mercado diferenciado ofreciendo productos de calidad superior, organizado en redes y plataformas que agrupan las iniciativas desarrollando una identidad colectiva. Los proyectos asociados a este tipo de agricultura elaboran sus productos ecológicamente, con el propósito de generar una producción sostenible, ética y solidaria, que impulse sistemas de producción alternativos al modelo agroindustrial (Guirado, et al. 2017).

Así como la agricultura social trabaja por el fortalecimiento de las economías locales, y las potencialidades de los territorios, existen otros movimientos que se esfuerzan por construir un sistema agroalimentario sostenible como el comercio justo. Esta propuesta surge como un movimiento social y sistema de comercio alternativo en el año 1997, que busca construir cadenas de comercio justas y sostenibles y beneficia principalmente a pequeños productores que poseen terrenos de un promedio de 1,6 hectáreas, que se organizan a través de cooperativas. El comercio justo apoya propuestas de producción de diversos elementos, tales como alimentos, flores o artesanías, aunque todas tienen en común que fomentan la producción agroecológica con el propósito de reducir los problemas medioambientales. Es un movimiento de carácter global, así que promueve tanto el comercio internacional como local a través de cooperativas. Las estrategias fomentadas por comercio justo pretenden convertirse en una alternativa a los principios capitalistas, empoderando a los agricultores a cambio de despojarlos (Calisto Friant, 2016).

El comercio justo propone una economía alternativa en donde se privilegia la sostenibilidad social y ambiental. Este tipo de comercio ha generado mercados propios de comercio justo. Un ejemplo es el caso de comercio de quinua orgánica en el altiplano boliviano, en donde los productores han logrado mejorar sus condiciones de vida, ser parte de mercados internacionales,

obtener precios justos, revalorar la quinua y darle un valor agregado. El método de producción que emplean es el orgánico, que le otorga a la quinua su condición de calidad y le concede un valor agregado. Esta forma de producir les ha permitido comercializar a nivel internacional, bajo la inclusión en mercados específicos como el orgánico, de comercio justo y el de nominación de origen (Laguna, Cáceres, & Carimentrand, 2006). Un mercado específico de comercio justo también se da en Brasil en el municipio de Poços de Caldas, en donde se produce y comercializa café. En el caso de Brasil, se ha dado también la inserción en un mercado específico para la producción y comercialización del café, bajo los parámetros de comercio justo. Allí se busca establecer relaciones comerciales que beneficien al productor, por medio de un precio justo, la diversificación de productos y fortalecimiento de las cooperativas. A diferencia de los otros proyectos de comercio justo, en este municipio se ha querido crear redes locales para eliminar la dependencia a mercados externos, así poder beneficiar directamente a los pequeños productores familiares que producen bajo parámetros orgánicos y ambientalmente adecuados (Barone & Frederico, 2015).

Una propuesta alternativa más es la presentada por La Vía Campesina. Se plantea una producción sostenible, sin el uso de sustancias químicas, favoreciendo el cuidado del medio ambiente y la producción de alimentos saludables y de calidad, elementos necesarios para lograr la soberanía alimentaria y proteger los derechos de los pequeños productores locales. En este caso la organización apoya la producción a través de prácticas provenientes de la agroecología, que es entendida como una ciencia, una práctica y un movimiento, que se ocupa de la dimensión ecológica, social, cultural y económica del sistema alimentario, y propone una agricultura sostenible (Fernández et al., 2013 & Tello, 2011). Se considera que, sin un cambio ecológico, no es posible un cambio social, económico y político que permita lograr la justicia alimentaria, la soberanía alimentaria y la seguridad alimentaria, así que desde La Vía Campesina y otras organizaciones, esta ha sido una propuesta dirigida a cambiar el sistema agroalimentario globalizado.

Algunos casos de proyectos agroecológicos fomentados por La Vía Campesina, se encuentran en Zimbabue, India y Cuba. Los proyectos desarrollados incentivaron la creación de asociaciones y movimientos agroecológicos, lograron transformar los sistemas de producción a sistemas agroecológicos diversificados, que permitieron que la producción nacional aumentara, el

endeudamiento de los productores disminuyera y se lograra un desarrollo endógeno (Rosset & Martínez Torres, 2016). La agroecología les ha permitido a los productores dejar de depender del uso de insumos externos y aprovechar lo que tienen en su entorno, lograr una producción que les permita el autoconsumo y la venta en mercados locales y así ser autónomos ante el mercado global.

En Estados Unidos se presenta un proyecto que, si bien no es propuesto por La Vía Campesina, abanderada sus principios. Existen tres grandes organizaciones que patrocinan proyectos de agricultura sostenible, agricultura urbana, políticas de justicia alimentaria y espacios locales de producción y distribución para conseguir la creación de sistemas agroalimentarios alternativos. Se han habilitado pequeñas granjas, en donde pequeños agricultores optan por una producción diversificada y de carácter agroecológico, que puede ser distribuida en mercados o tiendas locales, o a través de cooperativas que se encargan del proceso de distribución a lugares más lejanos. Estos espacios han permitido la aparición de nuevos agricultores y la transmisión de conocimientos de agricultor a agricultor, que han posibilitado la difusión de las prácticas agroecológicas. Gracias a esto, estas propuestas han crecido a nivel nacional y se ha posibilitado la creación de espacios como la Alianza para la Soberanía Alimentaria de Estados Unidos que busca acabar con la pobreza, proteger las economías locales y hacer del sistema alimentario un espacio democrático (Fernández et al., 2013).

Los mercados son otra alternativa que se ha construido y que cuenta con múltiples modalidades. Los mercados alternativos expresan su solidaridad con los pequeños productores principalmente, se pueden identificar como mercados de tipo ético, justo o solidario. Este tipo de mercados contribuyen al desarrollo local y a mejorar la relación entre el campo y la ciudad, por medio de relaciones territoriales de proximidad. En estos espacios se quiere revalorizar las prácticas agrícolas orgánicas, implementar circuitos cortos de comercialización y fortalecer los mercados locales (González, 2011). Los mercados de carácter local, como canales de comercialización alternos a las dinámicas globales, son un fenómeno que se puede encontrar a lo largo del mundo. Así es el caso de Belice, en donde los pequeños productores llevan a cabo el cultivo de yuca, desarrollando un proceso de producción que se caracteriza por ser rudimentario, con poco uso de maquinarias o insumos químicos y se realiza en los patios de sus casas. En cuanto al comercio, se realiza a nivel local, en las calles o en mercados de productos agrícolas que se caracterizan por el comercio directo sin intermediario. Estos elementos han permitido que los productores construyan

una autonomía frente al mercado global, siendo ellos quienes deciden sobre sus procesos, además se destaca la importancia de estos cultivos para el autoconsumo y seguridad alimentaria de la población local (Biermayr-Jenzan, 2016).

Los mercados agrícolas son otro tipo de comercialización local. Una muestra de estos es lo que ocurre en España. El gobierno de las ciudades o pueblos habilitan las plazas para que aquellos productores que poseen una huerta dentro de su predio, pueden acercarse allí para vender lo que han cosechado. En algunos casos pueden integrarse a este espacio de forma individual, mientras que en otros se hace mediante cooperativas. Aun así, la comercialización sigue siendo de forma directa sin intermediarios. En este caso los productores deben realizar un pago para acudir a las plazas, lo cual complica el ingreso de muchos, aunque el objetivo principal de estos mercados es beneficiar a los pequeños productores locales, que a su vez ejercen el papel de comerciante (Mauleón, 2011).

La doble labor de productor y comercializador, que tienen las personas asistentes a los mercados de España, se ve reflejada también en el caso de los mercados rurales agrícolas de Puebla, México. Estos son mercados que tienen una función económica, social y cultural, en donde la producción es realizada en pequeñas parcelas, aplicando lo que denominan como saberes heredados y la experiencia, para construir buenas prácticas agrícolas y en su mayoría se da la producción de hortalizas. La comercialización la hacen ellos mismos en los mercados cercanos, ya que los productores también son comercializadores, a la vez son los encargados de asignar el precio a sus productos con base al mercado y su esfuerzo, obteniendo directamente la remuneración por su trabajo gracias a que no cuentan con la figura del intermediario (Arvizu Barrón et al., 2015).

Los tipos de mercados alternativos enunciados anteriormente, también han tenido impacto en Colombia. En el país ha surgido la necesidad de elaborar alimentos que se caractericen por ser sanos, de buena calidad y bajo parámetros orgánicos, realizados por productores que contribuyan a la soberanía alimentaria. Un ejemplo de esto es la fundación San Isidro de Duitama (FSI) creada en 1980 por un grupo de campesinos de Boyacá, con el propósito de generar prácticas solidarias entre campesinos. Este grupo, mediante la acción colectiva y la organización, han constituido un espacio alternativo a la empresa capitalista, creando espacios de equidad, precios justos y acceso a recursos de calidad. La fundación les brinda apoyo a los campesinos desde la etapa de producción y se centra en la creación de acciones alternativas a lo largo del proceso alimentario, que beneficien

al productor brindándole una remuneración justa. Además, que permita la construcción de un sistema agroalimentario sostenible, a partir de la implementación de la producción orgánica y el fortalecimiento de la agricultura familiar (Ordóñez Gómez, 2011).

Así como esta fundación propone construir una alternativa a las dinámicas globales, que no beneficieren a los pequeños productores, en Medellín también se quiere lograr esto desde iniciativas de producción agroecológica, comercio justo y producción local. Estas iniciativas tuvieron como base el programa gubernamental de Mercados Campesinos creado en Medellín en la década de 1980. Posterior a este programa surgieron otras iniciativas acompañadas tanto por entidades gubernamentales como no gubernamentales. Las iniciativas y proyectos están conformados por agricultores familiares que hacen uso de técnicas de agricultura alternativa y agroecológica, que a su vez se encargan del proceso de comercialización realizado a través de circuitos cortos. Así pues, se quiere lograr un proyecto social que ofrezca alternativas, proteja el medio ambiente, valore la labor del agricultor y garantice el derecho a la alimentación, mientras realiza prácticas guiadas por la soberanía alimentaria (Cadavid et al., 2019).

Elementos como los intercambios directos, favorecer a pequeños y medianos productores, incorporar principios de justicia y solidaridad, proporcionar relevancia a lo local y hacer uso de prácticas agroecológicas, son elementos que se presentan igualmente en el proceso de Mercados Campesinos de la Región Central de Colombia. Este es un espacio que ha sido acompañado técnica y financieramente por instituciones como el Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos (ILSA), The Oxford Committee for Famine Relief (OXFAM), la Alcaldía Mayor de Bogotá, la Unión Europea, el Comité de Interlocución Campesina y Comunal (CICC) y la Alianza Comunal y Campesina (ALCAMPO). El objetivo de este proceso es el reconocimiento de la economía campesina y la defensa del derecho a la alimentación (Parrado Barbosa, 2014). Este programa está conformado por pequeños y medianos productores, que practican la agricultura familiar, poseen lugares de producción que se caracterizan por ser minifundios y al producir de forma orgánica dependen en menor medida de insumos externos. En cuanto a la comercialización, los productores hacen uso de diferentes canales, como intercambios locales o canales mayoristas. Este programa quiere contribuir al fomento de prácticas que beneficieren a los productores y contribuyan a la seguridad alimentaria, tanto de las familias campesinas como la de las ciudades (Parrado Barbosa, 2014).

Los estudios antes mencionados han querido evidenciar las ventajas que tiene este tipo de mercados frente a la crisis ambiental y social que se presenta actualmente. Una problemática que en gran parte ha sido ocasionada por las prácticas en torno al sistema agroalimentario que se desarrolla a lo largo del mundo, que ha llevado a la búsqueda de alternativas. Las cuales no buscan generar un cambio solo desde lo económico, sino que plantean un tipo de espacio con valor ecológico, social y cultural, en donde comprar de forma local tiene un impacto en las etapas de producción y comercialización (Mauleón, 2011).

2.2 Marco teórico

En la mitad del siglo XX se inició una transición hacia una producción industrializada de los alimentos que buscaba la productividad agrícola y la producción a gran escala de alimentos a bajo costo, esto se denominó revolución verde. Este tipo de producción se caracterizó por el uso de tecnología para desarrollar semillas o insumos, que permitieran que la tierra tuviese mayor rendimiento y los cultivos se desarrollaran con seguridad. Esto posibilitó superar los límites naturales de cada agroecosistema y permitir un modelo industrial de producción agrícola. Con esto se inicia el régimen alimentario corporativo, en donde se da un acaparamiento del mercado alimenticio, los alimentos se convierten en mercancía y circulan en un mercado global (Holt-Giménez & Altieri, 2013).

Este régimen llevó a que el sistema agroalimentario se internacionalizara y se estandarizara. Así que, desde las políticas públicas y las dinámicas del mercado alimentario, se iniciaron proyectos en pro de la industrialización de las zonas rurales, para hacer de estos lugares más competitivos, poder ser parte del mercado y alcanzar el desarrollo económico. Esto generó una transición a un sistema agroalimentario globalizado, que se caracteriza principalmente porque los procesos de producción, distribución y consumo se integran más allá de las fronteras físicas, hay un acceso a recursos y mercados a escala global, y promueve los intereses de un grupo reducido de corporaciones transnacionales que controlan cada etapa de la cadena agroalimentaria (Delgado Cabeza, 2010).

Esta situación tuvo repercusiones como la disminución de explotaciones de pequeña escala, escasez de los recursos naturales, una producción alimentaria uniforme, empobrecimiento de los productores e inseguridad alimentaria (Holt-Giménez & Altieri, 2013). Ante esto, desde finales del siglo pasado, han aparecido movimientos que proponen acciones alternativas a la forma en que el

régimen alimentario corporativo configuró el sistema agroalimentario. Una de estas, son los canales de comercialización alternativos o mercados alternativos, que buscan beneficiar a los pequeños y medianos productores, promueven circuitos cortos, intercambios directos y uso de prácticas agroecológicas, para la construcción de un sistema agroalimentario alternativo que se base en principios de justicia y respeto en cada etapa del proceso alimentario (Roldán Rueda et al., 2018).

Sistema Agroalimentario

El Sistema Agroalimentario (SA), puede ser entendido como el conjunto de acciones, actividades y relaciones, que se generan en el proceso de producción, distribución y consumo de los productos alimentarios y el proceso de alimentación que se da en cada sociedad, dentro de un espacio y tiempo definido (Roldán Rueda et al., 2018; Hernández Moreno & Villaseñor Medina, 2014). Ante la necesidad de comprender mejor el sistema agroalimentario, a la par de este se estableció el concepto de cadena agroalimentaria, con el propósito de facilitar el entendimiento de “los flujos de intercambio y encadenamiento que se establecen entre los diversos componentes del sistema” (Hernández Moreno & Villaseñor Medina, 2014, pág. 563), así pues, a través de estos dos conceptos se da cuenta y se comprende el proceso agroalimentario.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) considera igualmente que “[...] un sistema alimentario es la suma de los diversos elementos, actividades y actores que, mediante sus interrelaciones, hacen posible la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos” (Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2017, pág. 4). Estos sistemas alimentarios deben ser regulados por el Estado, que es el responsable de la implementación de los mismos, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada contexto, con el fin de conformar un sistema sostenible. Al abarcar una serie de diversas relaciones y etapas dentro del SA, la FAO propuso junto a este concepto, el uso del término cadena de valor agroalimentaria, con el fin de caracterizar el conjunto de eslabones y vínculos que se generan desde la etapa de producción hasta el consumo, teniendo en cuenta que dentro de un mismo sistema pueden existir múltiples cadenas de valor.

Entendiendo que el sistema agroalimentario está comprendido por un conjunto de actores y relaciones dinámicas a lo largo de cada parte de la cadena agroalimentaria, cabe resaltar que esto hace que estas dinámicas tiendan a variar según el contexto desde el cual se observa. Por ello, se

pueden referenciar cinco tipos de sistemas agroalimentarios presentes en la mayoría de entornos, sin embargo, esto no descarta la existencia de otros más. Uno de ellos es el rural y tradicional, en donde la producción es realizada por pequeños agricultores, centrados en alimentos básicos, que distribuyen sus productos en mercados informales o locales. Luego está el informal y en expansión, que comprende a la producción agrícola de mediana escala, que distribuye sus productos en cadenas locales o más lejanas, también está el emergente y diversificante, en la cual se encuentran productores de pequeña, mediana y gran escala, que están enfocados en hacer parte del mercado, así que su producción está guiada a alimentos de calidad que puedan distribuir en cadenas largas. Además, está el sistema de modernización y formalización, en este se puede observar una producción a gran escala, que persigue la productividad a través de prácticas intensivas. Finalmente, está el sistema industrializado y consolidado, aquí se da una agricultura a gran escala y especializada, que se distribuye tanto nacionalmente como internacionalmente (Johns Hopkins University; The Global Alliance for Improved Nutrition, 2021).

Esa diversidad de sistemas agroalimentarios es posible en tanto que los territorios rurales son espacios con diferentes vocaciones, por ello pueden acoger a sistemas diversos. Dentro de estos procesos, se destacan dos modalidades, la agricultura a pequeña escala y los agronegocios. Se pueden encontrar, procesos vinculados a la supervivencia, entre los cuales está la agricultura familiar destinada a mercados internos y externos, también, se encuentran los pequeños productores que no hacen parte de un mercado estable y del crecimiento económico, estos casos poseen dificultades para acceder a mercados y se ven limitados a la producción a pequeña escala. Los agronegocios son un proceso influenciado por la visión de las empresas, las cuales tienen diferentes tipos de organización y estándares en cada etapa de la cadena de valor (Llambi, 2012).

La variedad de sistemas agroalimentarios y diversas vocaciones de los territorios rurales, han mermado con el trascurso del tiempo. Pues si bien, no todos forman parte directa y consciente del mercado alimentario global que ha surgido por el régimen alimentario corporativo, este ha permeado los territorios rurales y las actividades que se llevan a cabo allí. Este control en la cadena agroalimentaria, ha alterado los roles de quienes la integran, un ejemplo de esto, es lo que sucede con los productores que están subordinados a producir lo que las multinacionales demanden, disminuyendo así, la soberanía de los productores, quienes ya no pueden decidir sobre su propio sistema de producción de alimentos (Barriga Velásquez, 2016).

Régimen Alimentario Corporativo y Sistema Agroalimentario Globalizado

El régimen alimentario es una noción usada para comprender, las relaciones económicas y políticas que existen alrededor del sistema de producción y consumo de alimentos, dentro de un periodo histórico determinado (McMichael, 1991). En la actualidad se habla del régimen alimentario corporativo, que se ha desarrollado desde el año 1960, recibe este nombre debido al control que tomaron las corporaciones transnacionales sobre los procesos agroalimentarios en el mundo, que anteriormente le correspondía a los Estados (Hernández Moreno & Villaseñor Medina, 2014). Se caracteriza por desarrollar un modelo competitivo, que busca la reducción de costos y la producción en masa de alimentos (González, 2011), por esta razón, impulsa un modelo de agricultura productivista para el desarrollo del campo.

El régimen alimentario corporativo ha configurado un sistema agroalimentario que, más allá de satisfacer las necesidades alimenticias de la población, se ha convertido en un negocio alimentario de acumulación por desposesión. Al internacionalizar e industrializar el sistema agroalimentario, se creó un escenario para que las multinacionales que acapararon el mercado alimentario, dictaran un patrón de producción y consumo en donde la cadena de producción se hace más larga, hay más intermediarios, se aleja al productor del consumidor y se pierde el origen del alimento (Barriga Velásquez, 2016). Además, busca eliminar los impedimentos sociales y ecológicos que frenan el crecimiento de las empresas, lo que ha llevado a una concentración de poder que debilita los recursos sociales, económicos y ambientales del sector local (Delgado Cabeza, 2010).

En esta situación los más afectados han sido los pequeños y medianos productores, quienes son guiados a la producción agroindustrial ante la presión de las empresas transnacionales y el mercado alimenticio en general, así pues, los productores han pasado de producir alimentos para mercados locales y autoconsumo, a productos para exportación que requieren de más trabajo para satisfacer las necesidades del mercado (Teubal, 2001). Este cambio en el modo de producir ha generado una pérdida en la autonomía de la agricultura, los productores se ven coaccionados a abandonar sus métodos de trabajo para adherirse a prácticas guiadas por la tecnología, que les permitan el desarrollo masivo de cultivos y así cumplir con las expectativas del mercado. Además, en este proceso el empleo rural se ha precarizado, puesto que muchos de estos productores no logran alcanzar las metas de este régimen alimentario y se ven en la necesidad de alternar su trabajo,

con oficios que no corresponden al sector agrícola y así poder subsistir. Este termina siendo un régimen alimentario que logra alterar los estilos de vida de quienes hacen parte de él, y que provoca situaciones ambientales y sociales desfavorables (Ordóñez, 2014).

Este régimen alimentario se ha mantenido hasta la actualidad, sin embargo, ha ganado detractores en el camino, que consideran a este régimen como un fuerte apoyo a las grandes empresas las cuales, a través de la creación de monopolios en la industria agroalimentaria, acaparan y controlan el mercado alimentario (Holt-Giménez & Shattuck, 2013). Este control se ha visto reflejado desde el proceso de producción hasta el de consumo, que han sido sometidos a los intereses de las empresas transnacionales y ha generado que se emplee un tipo de sistema agroalimentario generalizado que excluye modelos alternativos que no cumplan con las pretensiones de quienes controlan el mercado alimentario.

Sistema agroalimentario globalizado

El medio rural, en el contexto del régimen alimentario corporativo, ha afrontado la precarización del empleo rural, la exclusión de pequeños y medianos productores del mercado, el control por parte de la agroindustria y la concentración de tierra y capital (Teubal, 2001). Es un sistema en donde la producción y distribución de alimentos, dependen de las necesidades del mercado y las relaciones políticas y económicas que se dan en torno a él y desconoce las particularidades que se pueden encontrar en cada parte de la cadena agroalimentaria o de los contextos en donde se instaura este sistema.

El SA actual se caracteriza por una producción definida por la maximización, la sobre explotación y la competencia. La cual integra la producción alimentaria a las relaciones del mercado, dejando el derecho a la alimentación sujeto a las decisiones de las grandes corporaciones alimentarias, mientras hace poco factible la agricultura a pequeña escala y margina a quienes la ejercen (Ordóñez Gómez, 2013). Este sistema agroalimentario ha mercantilizado entornos económicos, sociales y culturales, para establecer una economía alimentaria mundial, en el marco de los procesos de globalización. Esto ha llevado a hablar de cómo el sistema agroalimentario se ha internacionalizado o globalizado.

Es controlado por las multinacionales globales o corporaciones alimentarias que determinan los procesos de producción y distribución a través de parámetros impuestos en cada etapa de la

cadena, generando pérdida de autonomía y soberanía (Sánchez Hernández, 2009). Estos monopolios de la industria agroalimentaria, se pueden entender también como imperios alimentarios que son, redes de ordenación dominante, que ejercen formas de control centralizada y de apropiación. Los imperios alimentarios o imperio, es capaz de reordenar áreas del mundo social y natural, por medio de una conquista sobre la integridad de los alimentos, la capacidad de la agricultura, la dinámica de la naturaleza y las perspectivas de los productores agrícolas, que implican una degradación del capital ecológico, social y cultural, que conlleva a un desequilibrio socioeconómico (Van der Ploeg, 2010).

Uno de los mayores problemas identificados, es cómo los imperios alimentarios “digieren [...] los recursos locales hasta agotarlos y trasladan la riqueza obtenida hacia otros lugares” (Van der Ploeg, 2010, pág. 115). Así pues, se reafirma una paradoja de la agricultura actual, pues existe una riqueza considerable en los territorios, pero los agricultores locales no la pueden aprovechar, porque se concentra en los imperios alimentarios, que no se pueden rastrear ya que no se encuentran en ningún lugar, pero a la vez están en todas partes (Van der Ploeg, 2010). Este desarraigo con el territorio, impide ubicar con exactitud a los imperios alimentarios o monopolios agroalimentarios, lo que se refleja en los procesos de producción, distribución y consumo, que ahora se logran integrar más allá de fronteras políticas y físicas, permitiendo un acceso a recursos y mercados con alcances mundiales. Si bien hay una presencia casi omnipotente, esta recae en un grupo conformado por pocos, evidenciando la concentración del poder en las grandes corporaciones, que se encargan de tomar las decisiones en cada punto de la cadena (Delgado Cabeza, 2010).

Estos monopolios alimentarios se encargan de contribuir a una oferta constante, abundante y a bajo precio de productos estandarizados por medio de la implementación de sistemas intensivos de producción que requieren del uso de paquetes tecnológicos externos (González, 2011). El modo en el que opera el Sistema Agroalimentario Global (SAG), se justifica en la necesidad mundial de generar una oferta de abastecimiento alimentario que permita la seguridad alimentaria, la cual se plantea desde la disponibilidad constante de alimentos, independientemente de cuál es su lugar de origen. En el año 1996 se declaró que “La seguridad alimentaria existe cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar

una vida activa y sana” (FAO, 2012). A este concepto se asocian cuatro dimensiones necesarias para alcanzar la seguridad alimentaria: la disponibilidad, el acceso, la estabilidad y la utilización.

Si bien se vio en la producción en masa y a bajo costo que propuso el SAG, una forma de asegurar la alimentación a toda la población y frenar el hambre, este terminó por generar más inestabilidad en la sociedad. En los últimos años la cadena de valor ha sido transformada como consecuencia de los procesos de globalización, los procesos de urbanización, la apertura a los mercados internacionales y la degradación de los recursos naturales, elementos que han llevado a una transformación en los sistemas alimentarios.

El tipo de abastecimiento que se lleva a cabo para permitir la seguridad alimentaria, se plantea desde el acceso a través del comercio mas no desde la autosuficiencia, esto termina por generar una dependencia al mercado de alimentos (Delgado Cabeza, 2010). Ante esto la FAO reconoce la existencia de falencias en los sistemas alimentarios y considera que es necesario avanzar hacia un enfoque de sostenibilidad de estos, a partir de la mejora de su eficiencia, su carácter inclusivo y que tenga en cuenta las particularidades socioculturales y económicas de cada región, para que los sistemas generen beneficios y oportunidades a todos los involucrados. Los sistemas alimentarios no deben tener solo la función de alimentar, deben producir alimentos sanos y asequibles y para llegar a esto, se deben formular políticas públicas que vayan más allá de la agricultura, y abarquen todo el sistema alimentario. Los sistemas alimentarios pueden transformarse y alcanzar la seguridad alimentaria trabajando desde los cuatro pilares de esta (la disponibilidad, el acceso, la utilización y la estabilidad), generando contextos socioeconómicos, en donde se mejoren las condiciones de vida, se desarrolle una agricultura sostenible, se proporcionen alimentos de calidad y de forma estable a la población. Al generar beneficios y oportunidades a todos los involucrados, el beneficio social y económico será poseer seguridad alimentaria en todo momento (Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2017).

Se propone la búsqueda para garantizar la seguridad alimentaria a través de la disponibilidad de alimentos, pero la forma en que el mercado lo hace ha traído consecuencias. La apertura comercial ha socavado la capacidad local de autoabastecerse, la excesiva exportación de alimentos saludables e importación de alimentos altamente procesados, ha cambiado los hábitos alimentarios y ha dificultado el acceso a alimentos. La población local no logra alcanzar los

estándares impuestos por las transnacionales, que controlan las cadenas de suministro de productos agrícolas, lo que lleva a fortalecer las cadenas de valor globales y ante este panorama los agricultores familiares y pequeños productores quedan excluidos del sistema alimentario (Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2017).

Aunque el abastecimiento de alimentos dentro de este sistema, se piensa siempre desde la disponibilidad, esto no asegura que todos tengan la posibilidad de acceder a estos. Esto sucede porque el aprovisionamiento de alimentos, ya no está en manos del Estado sino del mercado, que se enfoca en una producción guiada a la exportación de los recursos, que los convierte en parte del negocio alimentario global y dejan de ser el soporte del abastecimiento local. Este modelo de SAG, ha tenido una serie de consecuencias desfavorables, debido a la crisis social, ecológica y el alto costo en los alimentos que ha provocado. Las consecuencias no han afectado a todos de la misma forma, mientras unos grupos no pueden acceder a los alimentos, otros sufren de enfermedades alimentarias causadas por el exceso de insumos químicos en la producción. Estas deficiencias encontradas en este sistema agroalimentario global han sido adjudicadas a un problema de escasez en el mercado, lo cual se responde con una producción en masa de alimentos, cuando en realidad el problema está en la falta de acceso a los alimentos, así que no se está planteando una solución real al problema, y si se está generando una pérdida en la credibilidad del sistema, que motiva a la búsqueda de alternativas a este (Delgado Cabeza, 2010).

Sistemas alimentarios sostenibles y soberanía alimentaria

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) considera que una de las condiciones necesarias para garantizar la seguridad alimentaria recae en tener sistemas alimentarios sostenibles. A fin de llegar a ese objetivo, han surgido acciones colectivas que se enfocan en temas como la lucha por la tierra, su ocupación y defensa, las transformaciones en la economía debido al neoliberalismo y globalización, y diferentes demandas culturales (Jiménez Montero & Ramírez Juárez, 2010). Estas acciones luchan contra el poder dominante y desde inicios del s. XXI, se han caracterizado por cuestionar el poderío del mercado y su lógica de acumulación global, además plantean alternativas al modelo neoliberal, a la par que se analiza el rol mediador y antagonista que tiene el Estado en ese proceso (Durand Guevara, 2016).

Entorno a las políticas neoliberales se han gestado diversas luchas. Al iniciar el nuevo milenio se dio una “[...] oposición a los ajustes estructurales, la destrucción ambiental y la mercantilización de diversos aspectos de la vida cotidiana como la educación, la salud e indudablemente la alimentación” (Gravante, 2020, pág. 13). Las demandas por la justicia alimentaria a nivel global, lograron eco con movimientos sociales rurales como La Vía Campesina, que se ha propuesto dar visibilidad a las luchas campesinas e indígenas en diferentes partes del mundo, mediante la soberanía alimentaria. En cuanto a experiencias locales y urbanas, surgió el activismo alimentario desde diferentes sujetos que compartían el objetivo de modificar el proceso de producción, distribución y elección de alimentos, exigiendo un sistema alimentario democrático, sustentable y culturalmente apropiado. Este activismo alimentario o movimiento alimentario, dio paso a expresiones locales que de forma alternativa buscaron conectar a productores locales, que ejercen la agricultura familiar, con consumidores urbanos (Gravante, 2020).

Entre estas diversas acciones ha alcanzado gran eco la soberanía alimentaria. La Vía Campesina, una organización conformada por campesinos, pequeños y medianos productores, pueblos indígenas, entre otros; consideraron que era poco probable alcanzar la seguridad alimentaria sin tener en cuenta las necesidades y opiniones de quienes producen los alimentos. Así que, se propuso el concepto de soberanía alimentaria como “el derecho a definir las políticas agrícolas y de alimentos [...] organizar la producción y consumo de alimentos acorde con las necesidades de las comunidades locales, otorgando prioridad a la producción para el consumo local y doméstico” (La Vía Campesina, 2021). La soberanía alimentaria busca proteger y regular la producción agropecuaria nacional, fortaleciendo la producción local, manteniendo un acceso sostenible a recursos productivos y participando en la definición de políticas. La soberanía alimentaria no pretende restringir las importaciones, lo que busca es que estas no remplacen la producción local, con la cual se quiere fortalecer la oferta alimentaria de cada nación.

Desde la propuesta del concepto de soberanía alimentaria, diferentes movimientos han abanderado sus principios y actuado a partir de sus criterios. De esta forma, este concepto ha tomado más fuerza y se han anexado a él más actores sociales y más ideas entorno a este. En 2007 representantes de 80 países, pertenecientes a diferentes organizaciones sociales, definen en la Declaración de Nyéléni, la soberanía alimentaria como “el derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica, y su

derecho a decidir su propio sistema alimentario y productivo” (NYÉLÉNI, 2021). Esto permite que los derechos de los actores que están presentes en cada etapa de la cadena agroalimentaria, estén por encima de las demandas de los mercados y los monopolios empresariales, ofreciendo la posibilidad de resistir al régimen alimentario corporativo y darle prioridad a los mercados locales y nacionales (NYÉLÉNI, 2021).

Tanto la definición de La Vía Campesina como la construida en la Declaración de Nyéléni, tienen como objetivo luchar contra un sistema económico y político que socava los derechos de aquellos que no cumplen los requerimientos para pertenecer a este sistema. Las dos propuestas buscan alternativas a las políticas neoliberales, a un sistema alimentario en donde los alimentos priman como artículos comerciales y no como fuente de nutrición, y en donde no hay respeto por el medio ambiente y los productores. En la búsqueda de una transformación, la soberanía alimentaria “[...] es un concepto que promueve un modelo alternativo de agricultura, de políticas comerciales y de prácticas comerciales que facilitan el ejercicio de los derechos de la población a la alimentación y la vida” (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 2010, pág. 6).

Desde diferentes acciones, la soberanía alimentaria se ha consolidado como el contra movimiento más sólido al régimen alimentario corporativo o sistema agroalimentario globalizado. A partir de sus principios, han surgido movimientos alternos que buscan cambiar el ya impuesto, y crear uno en donde la soberanía alimentaria guíe la producción agroalimentaria. Así pues, se ha hecho necesaria la búsqueda de un SA que sea respetuoso del medio ambiente, que atienda las necesidades de todos por igual y que no relegue a ciertos sectores. Esta búsqueda de alternativas, ha surgido en diferentes ámbitos de la sociedad, “los gobiernos, la industria y la sociedad civil [han buscado] una amplia gama de iniciativas enmarcadas en discursos de las áreas empresarial alimentaria, seguridad alimentaria, justicia alimentaria y soberanía alimentaria” (Holt-Giménez & Shattuck, 2013, pág. 305). Estas propuestas se pueden quedar muchas veces en un grupo o necesidad determinada, mientras que otras tienen un alcance más amplio y apuestan por transformar todo el SA.

Existen movimientos que luchan por establecer un SA sano y equitativo, y creen que para llegar a esto se debe ir más allá de “prácticas agroecológicas, el consumo local de alimentos o buenas políticas alimentarias” (Holt-Giménez & Shattuck, 2013, pág. 303). Estos plantean la

necesidad de desarrollar un movimiento alimentario, en donde se abarquen todas las etapas del sistema agroalimentario y que este pueda enfrentar al régimen alimentario corporativo, para que sea posible alcanzar la soberanía alimentaria y el derecho a la alimentación. Este movimiento alimentario se piensa desde dos puntos, por un lado, están los movimientos radicales que consideran necesario crear unas condiciones políticas que cambien las estructuras del régimen alimentario y genere un sistema alimentario más equitativo y sustentable; y, por otro lado, están los progresistas que le apuestan a la producción local y de alimentos de calidad. Sin embargo, en la práctica estas dos propuestas se superponen y buscan poner en marcha un SA al que todos puedan acceder y sea sustentable (Holt-Giménez & Shattuck, 2013).

Los movimientos alimentarios, más allá de la estrategia que se propongan para generar un cambio, abordan problemas relacionados con el hambre, el medio ambiente, la inseguridad alimentaria e intentan que los sistemas alimentarios sean sustentables, equitativos y democráticos. Actualmente, esto solo se puede observar dentro de proyectos alternativos, que se estructuran a partir de movimientos sociales, que junto a la presión que ejercen al sistema político y económico, logran reformas para cambiar el sistema (Holt-Giménez & Shattuck, 2013). Estos proyectos alternativos, piensan en la producción alimentaria como un proceso en donde convergen dimensiones económicas, políticas, sociales, culturales y ambientales, insertas en un territorio, por ello el concepto de soberanía alimentaria es la guía para estos movimientos. (Sánchez Hernández, 2009).

Experiencias y propuestas alternativas. Los Circuitos Cortos de Comercialización

Los ideales y reivindicaciones planteados por los movimientos alimentarios, son abordados desde temas como lo local, la reconexión entre lo urbano y lo rural, la justicia alimentaria, el cuidado del medio ambiente, circuitos cortos de comercialización, demandas sobre el territorio, acceso a recursos y la sostenibilidad de la agricultura, temas planteados desde diferentes acciones, que se hacen necesarios para conseguir sistemas agroalimentarios sostenibles guiados por los ideales de la soberanía alimentaria. La construcción de un sistema agroalimentario alternativo o sostenible, en donde los procesos de producción y distribución de alimentos se den a partir de criterios guiados por los principios de la soberanía alimentaria, ha llevado a la construcción e implementación de prácticas, acciones, proyectos e iniciativas que respondan a estos.

Dichos movimientos se han caracterizado por la diversidad en los temas tratados, los actores que los conforman y el tipo de alcance que pueden lograr. Sin embargo, todas estas expresiones se pueden analizar y comparar a partir de tres rasgos entorno a los cuales se erigen y definen su carácter alternativo, estos son: el lugar de procedencia, el proceso de producción y el proceso de elaboración y distribución. En la práctica, los movimientos agroalimentarios se pueden considerar híbridos porque incorporan diversas reivindicaciones dentro de su plan de acción, que además combinan estos tres rasgos desde los que construyen lo alternativo (Sánchez Hernández, 2009).

Los movimientos agroalimentarios alternos están configurados desde circuitos o canales de producción distribución y consumo, que buscan un acercamiento entre el productor, el producto y el consumidor, en donde se generen nuevas formas de relacionarse y que se ejerzan prácticas justas. Con esta idea de proximidad, también se busca la implementación de cadenas cortas de abastecimiento alimentario, que permitan identificar el lugar de origen y calidad de los productos que se comercializan. De esta manera, estos movimientos, se pueden analizar como alternativas al orden económico, social y político establecido y a las empresas transnacionales que crean y legitiman al sistema agroalimentario dominante de agricultura centralizada e industrializada (Sánchez Hernández, 2009).

Los circuitos cortos de comercialización

Los Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), también conocidos como canales o cadenas cortas, es un concepto que se ha desarrollado a partir de la década de los setenta. En el caso de Iberoamérica se rastrea desde la década de los noventa dentro de los estudios rurales y agroalimentarios, cuando se destacó el aporte de temas como el social y ambiental en el sostenimiento de la economía y cultura rural (Reina Usuga, De Haro Giménez, & Parra López, 2016), aunque ha tenido un uso intensificado desde la década de 2010. Este concepto se entiende como

aquellas modalidades que se basan y propician el acercamiento entre el productor y el consumidor. Se diferencian de las modalidades prevalecientes de abastecimiento alimentario, en las que existen múltiples eslabones (de producción, transformación, distribución mayorista y minorista) y actores involucrados en ellos, lo que repercute en diferentes aspectos (sociales, económicos y ambientales) (Craviotti, 2021, pág. 277).

Surge como una alternativa a las cadenas extendidas que se forjaron a partir del fenómeno de la globalización agroalimentaria y al acaparamiento en las fases de producción y distribución. Estos sucesos produjeron un distanciamiento geográfico y social entre productores y consumidores, que por un lado implicó el desconocimiento de dónde y cómo se producen los alimentos y por el otro, una afectación en los ingresos de los productores (Craviotti, 2021). Así pues, uno de los fundamentos más relevantes para la construcción de los CCC es la oposición a la dinámica agroindustrial y la globalización de la alimentación, a través del apoyo a modelos tradicionales de agricultura, la sustentabilidad, el desarrollo endógeno, modelos agroecológicos y producción local, elementos que son impulsados desde los principios de la soberanía alimentaria (Reina Usuga, De Haro Giménez, & Parra López, 2016). Desde estas acciones, estos espacios posibilitan la captación de valor agregado, una producción diversificada, el no uso de insumos químicos, el trabajo familiar, el acercamiento del espacio urbano-rural, la defensa de la soberanía alimentaria y el fortalecimiento de la agricultura familiar (Craviotti, 2021).

El acercamiento entre la etapa de producción y consumo es una de las estrategias más relevantes de esta modalidad de comercio, permitiendo destacar la importancia de compartir una base territorial en estas dos etapas y visibiliza cómo en ellas se define en gran medida cómo y qué se produce. Esta proximidad en los CCC ha dado paso a relaciones basadas en la confianza, ha facilitado la implementación de mercados locales, ha permitido reducir o eliminar la intermediación y que los productores, tras reducir costos por la intermediación, encuentren una oportunidad para obtener una remuneración justa sobre producto. (López García, 2012).

El estrechar la distancia física entre producción y distribución, ha llevado a que un elemento fundamental de los canales cortos de comercialización, sea su condición de canal corto, la cual dista de un canal largo, en cuanto al número de intermediarios que se encuentran presentes entre el proceso de producción y la distribución, además de la distancia física que separa a estos procesos. En los canales cortos el número de intermediarios se reduce o se elimina, llevando a que el productor asuma las diferentes funciones que se pueden dar en estas etapas de la cadena agroalimentaria. Sin embargo, Sevilla (2012) en su proyecto de investigación en Andalucía, comenta que, si bien el uso de canales cortos es una característica relevante, no es la fundamental, pues considera que existen diversas formas de vincular la etapa de producción y consumo. Además, considera de mayor relevancia el tipo de vínculos que se forjan entre los sujetos y que el alimento

cuenta en su etapa final con información sobre su procedencia. Lo que lleva a comprender a los canales cortos no solo desde la reducción “[...] de distancia física, sino también organizativos y culturales a través de la información, la confianza y los valores compartidos en torno a la calidad regional o lo ecológico o natural” (Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012, págs. 48-49)

No obstante, la condición de cercanía y proximidad física en los CCC sigue siendo notable en los estudios sobre este tema. El Centrarse en la dimensión de acortar la distancia dentro de los circuitos alimentarios, ha llevado a comprender aspectos como la venta directa o con mínima intermediación y cómo estos CCC, se fundamentan en una creciente demanda de productos locales, frescos y saludables, que permite el funcionamiento de mercados y mercados diferenciados inscritos a esta estrategia comercial. Los circuitos cortos se enfocan en una oferta de origen territorial y social, en donde “[...] lo importante es el vínculo del producto con el territorio, [...] en donde se valora la relación con las personas, con el productor, [y] la generación de relaciones de confianza” (CEPAL, 2014, pág. 23). Se pueden mencionar tres tipos de circuitos. Uno es la venta directa que se puede realizar en ferias, mercados o en el lugar de producción, otra opción es la venta de proximidad que corresponde a la comercialización con minoristas, restaurantes o instituciones y finalmente ventas de mayor alcance, como lo son las vinculadas a sellos como el de comercio justo (CEPAL, 2014).

Este tipo de espacios de comercialización destacan por favorecer la agricultura familiar y campesina, la forma en que se adaptan a las tendencias del mercado, como la cercanía geográfica reduce la huella de carbono y favorece la calidad de los productos y contribuyen a la reducción de pérdidas y desperdicios. Es por ello que estos mercados no se centran solo en temas de rentabilidad económicas, también tienen un carácter social y medio ambiental, que le permite a los productores velar por sus condiciones de vida y del territorio (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, 2021).

El concepto de circuitos cortos de comercialización se ha localizado dentro de los diálogos sobre producción local de alimentos o sistemas agroalimentarios locales, que ha generado una gran variedad de conceptos similares, que surgen en el proceso de comprender la producción local desde diversos contextos alrededor del mundo. Es por esto que se puede hablar de conceptos comparables como lo es *local food*, que se ha desarrollado en Estados Unidos, en donde el gobierno ha

incentivado a los productores para desarrollar proyectos de producción local, que permitan fortalecer los sistemas locales de alimentos. El concepto de *food miles* es un concepto de influencia inglesa, que se centra en la distancia recorrida por los alimentos desde la etapa de producción hasta la de consumo, con el propósito de reducir la huella ambiental de los mismos. El concepto de *slow food* nace en Italia y se centra en fortalecer la cultura alimentaria de cada región, la cual se ve afectada por el impacto del *fast food* (CEPAL, 2014).

Uno de los tipos de canales cortos de comercialización más conocidos son los mercados campesinos, que se caracterizan por apoyar a los sistemas alimentarios locales a través de la venta directa y local. Algunos de estos mercados llevan a cabo estrategias de reconocimiento a partir de la diferenciación de las características propias de sus productos, como la producción ecológica, artesanal, local o de calidad (Reina Usuga, De Haro Giménez, & Parra López, 2016). Los circuitos cortos se han convertido en una herramienta para aquellos productores agrícolas, que están interesados en reinventar los mercados para sus productos. Estos espacios se han construido a partir del aprovechamiento de la fuerza de trabajo familiar, el conocimiento, el uso adecuado de la tierra, la reinvención de las prácticas agrícolas, el uso de los recursos disponibles y la organización de los productores a través de asociaciones. Esto ha permitido que los productores ingresen al mercado y cuenten con un espacio para comercializar sus productos, todo gracias al aprovechamiento de sus recursos y capacidades (CEPAL, 2014).

A pesar de esta variedad de conceptos que existen para dar cuenta del desarrollo e implementación de CCC, estos coinciden en comprender como los objetivos sociales, económicos y ambientales presentes en cada contexto, repercuten en la creación de estos espacios. Es por ello que, las investigaciones en torno a este asunto se centran en el potencial de cada territorio, de cómo se puede valorizar la producción local, cómo se puede reforzar la seguridad alimentaria de los territorios o como la producción orgánica se puede desarrollar localmente. Además de entender la importancia de la intervención de organismos públicos y el papel de los gobiernos locales para desarrollar de forma satisfactoria estas propuestas (CEPAL, 2014). La importancia de comprender los CCC desde el contexto en que se ha generado, ha permitido observar las formas particulares que tienen para abordar temas sociales, económicos, políticos, ecológicos y territoriales, las dinámicas de organización y venta que adoptan y las formas en que desarrollan mecanismos para

generar confianza como garantía, relaciones horizontales, participativas y cooperativas (Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012).

Los mercados como una muestra de circuitos cortos de comercialización

Los mercados pueden realizarse con diferentes finalidades, por ello existe una gran variedad de los mismos y reciben diferentes nombres. En términos generales, estos responden al interés de comercializar los productos dentro de circuitos cortos, en donde el papel del intermediario se desdibuje y haya una retribución justa para el productor. Son espacios alternativos en donde se fomentan relaciones sociales, se crean posturas y nuevas realidades, que le otorgan a ese espacio un significado.

Dentro de los mercados alternativos, se pueden encontrar los mercados locales. Se determinan como local por los vínculos que crean en el territorio en que se encuentran y por la cercanía del mercado con quienes lo abastecen, además se consideran alternativos por las relaciones que generan con los contextos en que se ubican (Roldán et al., 2018). Este tipo de mercados cuestiona al SAG, a través de la producción y circulación alternativa de productos [...] que apunta a transformaciones más amplias de carácter social, económico, político, cultural y ambiental” (Roldán et al., 2018, pág. 3).

Los mercados de carácter campesino son otro tipo de mercado alternativo, estos no son de carácter permanente, ya que se caracterizan por su constante movimiento en las zonas urbanas. Este tipo de mercado no se basa en normas capitalistas de utilidad vs. costo, sino en la construcción de relaciones de reciprocidad y confianza. Los productos ofertados en este tipo de mercado son producidos localmente para evitar desplazamientos innecesarios que disminuyan el valor del producto o afecten el ambiente, son producidos por campesinos que emplean técnicas con valores ecológicos, que permiten obtener alimentos de calidad y sanos (Sánchez Hernández, 2009). Estos espacios, buscan implementar una revalorización de las prácticas de producción, implementar el arraigo por la cultura alimentaria y la construcción de una dieta alimentaria sana para la persona y respetuosa para el medio ambiente (González, 2011). Estos espacios se han estado construyendo en países de Latino América a partir de las cooperativas de trabajadores campesinos o la implementación de la producción orgánica.

2.2.1 Aplicación de conceptos

Sistemas agroalimentarios

Como se ha descrito anteriormente el medio rural es un espacio, en donde existe una variedad de experiencias, actores, funciones y demandas, así que es necesario reconocer la pluralidad de este, haciendo hincapié en la existencia de múltiples sistemas agroalimentarios alrededor del mundo. Con esto, se tiene la intención de mostrar un medio rural que, aunque parece ser absorbido por las demandas de lo global, tiene particularidades que surgen en cada contexto que se observa y son estas precisamente, las usadas para oponerse a un sistema global que, a cambio de acogerlos, arremete en contra de ellos. Así pues, no se puede dejar de lado al sistema agroalimentario global, pues es el que representa dicha tensión, al amenazar esa diversidad. Ante la necesidad de mostrar las dos dimensiones de esta situación, a lo largo de este texto se hablará de los diferentes sistemas agroalimentarios que se originan en cada entorno y a la par del (SAG).

La comprensión teórica de los sistemas agroalimentarios se desarrollará por un lado desde la economía agroalimentaria, debido a que desde esta rama surge en los años setenta el concepto de sistema agroalimentario, definido como el conjunto de actividades que surgen en el proceso de formación y distribución de los productos alimentarios y el cumplimiento de la función de la alimentación, en una sociedad determinada (Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012 & Hernández Moreno & Villaseñor Medina, 2014). Por otro lado, se retoma el termino trabajado desde la FAO, que parte de entender un sistema como un todo, en el que cada parte se relaciona con la otra directa o indirectamente, así que “[...] un sistema alimentario es la suma de los diversos elementos, actividades y actores que, mediante sus interrelaciones, hacen posible la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos (Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2017).

La interpretación de este concepto desde estas dos perspectivas, permite enfatizar que la producción agroalimentaria es un proceso amplio en donde se produce un entramado de relaciones de interdependencia, que hace que este no se pueda comprender solo desde una perspectiva, sino que se deba analizar como un todo. Lo cual lleva a destacar, siguiendo la interpretación de la FAO, que los sistemas agroalimentarios son de carácter multidimensional, así que contienen aspectos sociales, culturales, económicos, medioambientales y políticos, con diversos actores, y poseen

diversas cadenas de valor agroalimentarias. Es por esta razón que, para comprender la amplitud de estos temas y escenarios, se hará uso del término de cadena agroalimentaria y el de cadena de valor agroalimentaria propuesto por la FAO. Estos dos términos serán usados como sinónimos dentro de este texto, debido a que los dos se dirigen al análisis de las mismas situaciones.

En esta investigación se usa las referencias anteriores para comprender de modo general a los sistemas agroalimentarios y para ahondar en las tensiones que se presentan en la actualidad debido al régimen alimentario corporativo, se hará referencia al Sistema Agroalimentario Globalizado (SAG), haciendo referencia a este para esbozar los cambios o transiciones que se han producido en las etapas de la cadena agroalimentaria y como este se ha complejizado. Ver de forma particular el SAG, permite comprender a lo largo de este trabajo, cuál es el objeto al que se quiere construir una alternativa.

Experiencias y propuestas alternativas

En este texto se entienden los canales cortos de comercialización como espacios que poseen cuatro características a) territorializan o localizan el producto alimentario, b) redefinen la relación entre productor y consumidor, c) generan nuevos tipos de oferta y demanda que relacionen precio y calidad y d) construyen valor y significado. Así mismo se identifican tres tipos de canales cortos, a) cara a cara o venta directa, b) proximidad espacial y c) espacialmente extendidos (Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012). Los CCC se manifiestan de formas diversas y numerosas, surgen a partir de diferentes contextos, actores y propósitos. En este texto se hace referencia a un tipo de mercado de CCC, los mercados campesinos.

Los Mercados Campesinos se entienden como “[...] los mecanismos, sistemas, circuitos o canales de producción, distribución y consumo de alimentos que se fundamentan en [el acercamiento] entre el productor, el producto y el consumidor, que articulan nuevas formas de relación y gobierno de la red de actores y que estimulan una distribución del valor más favorable a los productores originarios” (Sánchez Hernández, 2009). Así, se construye un sistema en donde la cadena agroalimentaria se constituya bajo aspectos éticos y morales, que vayan en contra de las lógicas dominantes del mercado y se resalten las normas, valores e identidad colectiva de las redes alimentarias alternativas, según el contexto cultural del cual emergen (Gravante, 2020).

Así pues, los mercados alternativos, o campesinos, se consolidan como espacios de intercambio beneficiosos para los actores de la cadena agroalimentaria y se entienden como alternativos por el tipo de relaciones, objetivos y transformaciones que plantean estos espacios, frente a las lógicas del SAG que los aquejan (Roldán Rueda et al., 2018). Los cuales están conformados por agricultores familiares, con poca tenencia de tierra, con sistemas de producción diversificados gracias a que cuentan con la autonomía de decidir lo que producen y practican el autoconsumo. Los espacios de comercialización buscan relocalizar el producto, y vincular la alimentación con aspectos sociales y culturales (Barriga Velásquez, 2016).

2.3 Metodología

Metodología Cualitativa y un enfoque etnográfico

En el presente estudio se desarrolló una estrategia cualitativa para la recolección de datos, pues una metodología cualitativa ofrece información sobre vivencias, percepciones y sentimientos, datos que no se podrían conocer fácilmente a través de una metodología cuantitativa, además proporciona diferentes técnicas para conocer en profundidad una situación concreta. El objetivo principal de este tipo de método investigativo es la comprensión, así que con él se busca comprender el punto de vista del otro, dentro de su marco de referencia y en sus propias palabras, más allá de la perspectiva del investigador sobre los hechos (Balcázar et al., 2013).

Una investigación trazada por una metodología cualitativa permite que el mismo investigador se encargue de recolectar los datos en el contexto natural en donde los sujetos experimentan el fenómeno que se está estudiando, datos que pueden ser diversos y se recolectan a través de múltiples técnicas que ofrece el método cualitativo, lo cual le permite al investigador no centrarse en una única fuente. Esta diversidad de técnicas también le permite al investigador comprender el significado que los sujetos le dan en ese contexto al fenómeno que se está estudiando, y no tener que centrarse en lo que otros investigadores han opinado sobre el tema, además, esta flexibilidad también se da en el diseño de la metodología, pues este método le concede al investigador la opción de modificarla en el transcurso de la investigación, según se haga necesario (Batthyány & Cabrera, 2011).

Este tipo de metodología permite un acercamiento directo y procura una descripción de la realidad de ese contexto. Conocer cómo los sujetos construyen su realidad a partir de sus normas, la forma en que actúan y piensan frente a ciertos hechos, está dirigido a comprender un suceso dentro de un momento y lugar determinado. El conocimiento de los datos que dan cuenta de la particularidad de estas situaciones y una descripción íntegra, se puede lograr gracias a las técnicas de la investigación cualitativa para la recolección de información (Balcázar Nava et al., 2013). La cercanía al recolectar los datos, hablar directamente con las personas, observar sus acciones en contexto, son características de lo cualitativo (Batthyány & Cabrera, 2011), que también se ven reflejadas en el enfoque etnográfico.

Esto llevó a que en este estudio se hiciera uso de un enfoque etnográfico, que también resalta la importancia de “[...] comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros (entendidos como “actores”, “agentes” o “sujetos sociales”)” (Guber, 2001, p.5). El enfoque etnográfico se orienta a la descripción, que se puede dar en tres niveles, iniciando con lo que ha ocurrido, continuando con la explicación de ese suceso y finalizando con la comprensión de los hechos desde las creencias de los sujetos. Esto reafirma que un hecho no se puede comprender sin los actores que intervienen en él, por ello este tipo de enfoque y una metodología cualitativa son esenciales para tener un acercamiento directo con los informantes, “[...] pues sólo ellos pueden dar cuenta de lo que piensan, sienten, dicen y hacen con respecto a los eventos que los involucran” (Guber, 2001, pág.5), lo que permite comprender e interpretar los fenómenos que se investigan.

Técnicas de recolección de datos

Los datos recolectados durante esta investigación, se obtuvieron por un lado con información de fuentes primarias, a través de técnicas como la observación participante y las entrevistas semi estructuradas y por el otro lado se usaron fuentes de información secundarias. El lugar en donde se llevó a cabo la recolección de datos y se desarrolló la investigación se sitúa espacialmente en el municipio de Zipaquirá, específicamente en la plaza de mercado Villa de La Sal, en la cual se encuentra un espacio dirigido a los integrantes del programa de Mercado Campesino, que es el foco de este análisis. En este lugar se identificaron dos actores, estos fueron los productores agropecuarios que se ubican en este lugar para comercializar alimentos, y los representantes de la Alcaldía que visitaban intermitentemente la plaza de mercado o que eran

consultados en la oficina de la Secretaría de Desarrollo Rural y Económico ubicada en la Alcaldía Municipal.

A partir de esto, en esta investigación se quiso inicialmente comprender y caracterizar el programa de Mercado Campesino instaurado por la Alcaldía Municipal, lo cual dio paso a recolectar información acerca del papel de los productores y la Alcaldía dentro del programa y el espacio que se encuentra ubicado en la plaza de mercado, para luego comprender en qué grado la pertenencia a este programa puede o no alterar y transformar las prácticas de producción y distribución de los integrantes del programa. La recolección de datos que se llevó a cabo para solventar estas inquietudes requirió iniciar con el uso de la observación, con la que se pretendió conocer el contexto físico y social del ambiente al cual se pretendía ingresar. En ese proceso se buscó obtener los permisos necesarios e identificarse en el lugar, para luego acceder a él sin inconvenientes.

El ingreso a este espacio permitió iniciar el trabajo de campo y hacer uso de la técnica de observación participante, que tiene como objetivo “[...] detectar las situaciones en que se expresan y generan los universos culturales y sociales en su compleja articulación y variedad” (Guber, 2001, p. 22), que se logran percibir tras permanecer un tiempo determinado en el espacio que se investiga. La recolección de datos a través de esta técnica enseña las interacciones, comportamientos y la cotidianidad de los sujetos, que se pueden rastrear en la rutina o interacciones espontáneas que se dan en el espacio analizado (Galeano Marín, 2004). Esta técnica permite que el observador genere una relación con el grupo, y que su presencia no altere la rutina de ellos, debido al desconocimiento de su presencia y le permita más adelante realizar otro tipo de técnicas al tener conocimiento sobre la población y cercanía con esta.

Una técnica que también se aplicó fue la entrevista semi estructurada. La entrevista es considerada como una estrategia que busca, que la gente exprese lo que piensa y sabe sobre una situación en particular, en donde las respuestas de los entrevistados se entienden con relación a la realidad que se está tratando de comprender. Es una situación en donde la comunicación se da cara a cara, generando “una relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones en una instancia de observación directa y de participación” (Guber, 2001, pág. 30). En el caso de este estudio, se seleccionó el tipo de entrevista semiestructurada, en donde se “[...] dispone de una serie de temas [a] trabajar a lo largo de la entrevista, pero [se] puede decidir libremente sobre el

orden de presentación de los diversos temas y el modo de formular la pregunta” (Batthyány & Cabrera, 2011, pág. 90).

A la par que se recolectaban datos a través de fuentes primarias, se complementaron las dos estrategias expuestas anteriormente; de forma transversal a estas etapas, se realizó el análisis de fuentes secundarias por medio de una investigación documental. En esta etapa se tuvo en cuenta que entre las fuentes secundarias más usadas están los datos publicados y no publicados por organismos públicos y privados, relativos a su actuación, estadísticas e informes (Batthyány & Cabrera, 2011). En este caso se tuvieron en cuenta las estadísticas, informes y documentos facilitados por la Alcaldía y de acceso público, que mantuviesen relación con el caso estudiado y permitiera contrastar los datos que se obtenían en campo, con aquellos que ya se habían recolectado y de esta forma contextualizar e identificar una trayectoria del caso estudiado.

El uso de estas técnicas permitió un acercamiento paulatino en campo, que inicio con una aproximación al representante de la Alcaldía Municipal en ese espacio, lo cual permitió el ingreso al Mercado Campesino, el conocimiento de los productores que se ubicaban allí y una presentación ante la mayoría de ellos. Durante la investigación, esta se consideró como un informante clave, con el que se entablaron conversaciones desde el inicio hasta el final del trabajo de campo, facilitó el ingreso a este espacio y se convirtió en una de las fuentes claves al proporcionar una comprensión íntegra sobre el escenario (Balcázar et al., 2013), debido a su conocimiento sobre el programa, su cercanía con los productores y el respeto y confianza de estos hacia él. A diferencia del acercamiento con esta fuente, que, hasta cierto punto fue condicionada porque era necesario recurrir a él ya que era el encargado de este programa en la plaza de mercado, el acercamiento con los productores contó con un poco más de libertad porque como investigadora se pudo elegir a quienes acercarse primero y en quienes centrarse.

Una vez en campo, con el propósito de generar un acercamiento, se realizaron entrevistas con preguntas generales a manera de exploración, a las personas presentadas inicialmente. Ante el desconocimiento de lo que se encontraría en campo, no se determinó inicialmente un número específico de personas a las que se les realizarían las entrevistas, sino que se pensó en abarcar el mayor número posible de fuentes. En el proceso de las entrevistas iniciales, estos informantes permitieron aplicar la técnica de bola de nieve, puesto que cuando había algún sujeto que no estaba interesado en hablar o creía que existía alguien que sabía más sobre el tema, refería a otro integrante

del grupo, así que se logró conocer algunos informantes y conseguir que ellos presentaran a otros (Balcázar et al., 2013).

Esto llevó a conocer a un grupo de personas que se sentían cómodas hablando y con el que se generó cierta empatía. A partir de ello, las entrevistas se concentraron más en ese grupo. Dentro del mismo, no todos asistían cada martes a la plaza, así que, la asistencia constante los días martes fue otra característica para seleccionar los sujetos en los que se centraría el proceso de investigación. Así pues, los criterios de elección de las unidades que se estudiarían surgieron de forma natural en el que hacer del trabajo de campo y recayeron en la asistencia constante al mercado y la empatía que se generó. A partir de esta muestra se eligieron finalmente 5 actores, con la necesidad de crear una muestra equitativa que diera cuenta del programa y representara a los otros integrantes de Mercado Campesino, a la par que se abarcará la opinión de la Alcaldía Municipal a través del funcionario presente en el mercado. En esta investigación está el compromiso de no incomodar o violar la privacidad de la población de estudio, así que, por ética y respeto, los nombres se cambiaron por otros y se procuró no interferir en el momento exacto en que estaban trabajando.

Operacionalización de los conceptos

Las técnicas mencionadas anteriormente permitieron, por una parte, indagar sobre el proceso de implementación del Programa de Mercados Campesinos adelantado por la Alcaldía de Zipaquirá a través del rastreo de información por medio de entrevistas y la revisión de documentos realizados por la Alcaldía Municipal. Con ello se quiso comprender la implementación del programa desde cuatro dimensiones, a) político, b) económico, c) social y d) cultural. En donde se analiza desde cada punto la motivación de la Alcaldía Municipal para crear y mantener un Programa de Desarrollo Rural Local. Las variables que se tuvieron en cuenta fueron, a) construcción de acuerdos locales e implementación de políticas nacionales, b) la construcción de elementos favorables sobre la cadena agroalimentaria y dinámicas económicas, c) la mejora de condiciones de vida y d) el rescate de aspectos tradicionales.

Por otra parte, las técnicas de recolección de datos también permitieron a través de entrevistas y observación participante analizar las formas cómo los participantes del Programa de Mercado Campesino organizan sus prácticas de producción y comercialización con relación a dicho programa. En este caso se tuvieron en cuenta las dimensiones a) política b) económica y c) social,

vistas desde a) las demandas al gobierno municipal y opiniones sobre el gobierno, b) las formas de producir, el lugar de producción, los canales de distribución y c) el conocimiento empleado en la producción, la identificación con grupos poblacionales, los vínculos sociales y las dinámicas de grupo.

Procesamiento y análisis de datos

El proceso de recolección de datos que se dio a lo largo de esta investigación, finalizó con un conjunto de datos, considerados como un todo que debía sistematizarse para poderlos interpretar. Para ello, se inició leyendo nuevamente las notas tomadas en campo y escuchando las entrevistas realizadas, con el propósito de recordar la información que se había obtenido, así poder identificar ideas que no se habían tenido en cuenta y consolidar percepciones que habían surgido durante el proceso. Tras este momento se continuó con las etapas de análisis de datos cualitativos expuestas por Rodríguez, Lorenzo y Herrera (2005), que consideran el análisis de datos cualitativos como el proceso de organización de los datos recogidos, para establecer relaciones, interpretar y producir conclusiones, determinado por tres etapas: la reducción de datos, la disposición y transformación de datos y finalmente la formulación y verificación de conclusiones.

La reducción de datos se inició, haciendo una separación de las unidades de registro, separando los resultados de las observaciones y las entrevistas, con el propósito de mantener un orden. Luego se buscó identificarlas y categorizarlas, para ello se realizó un proceso de transcripción de los resultados de las dos unidades de registro. En este punto cabe aclarar que en este texto se realizó un proceso de categorización mixto (Rodríguez Sabiote et al., 2005), pues al entrar a campo ya se tenían pensadas algunas categorías generales, que funcionaron para ciertos datos recolectados, sin embargo, debido a que la entrada a campo se dio a partir de muchos imaginarios, que se desaparecieron con en el transcurso del tiempo, se desecharon categorías y se crearon nuevas, que dieran cuenta de la información que se había obtenido. A partir de las transcripciones y las categorías, se inició un proceso de categorización de los datos, que llevo a una síntesis de los mismos. En el paso de disposición y agrupamiento, se trató de ordenar los datos, percibiendo relaciones y tejiendo conexiones que permitieran agruparlos en categorías y observarlos desde allí, tratando de comprenderlos, para luego, en el paso de obtención de resultados poder interpretarlos con la aplicación de la teoría.

3. Zipaquirá y su Programa de Mercados Campesinos

En el siguiente apartado se desarrolla una contextualización del municipio de Zipaquirá, que inicia con la mención de aspectos básicos del mismo, para brindarle al lector información que le permita identificarlo y comprender en qué contexto se desarrolla esta investigación. Teniendo estos datos como base, se ahonda en los aspectos económicos del municipio y el impacto que tiene la vocación agropecuaria en este aspecto. Esto conduce a enfocarse en el sector rural del municipio, enunciando las políticas públicas relacionadas con este sector, entre las cuales se encuentra el programa de Mercados Campesinos. El capítulo continúa describiendo este programa, enunciando como fue su creación, implementación y desarrollo, sus objetivos, la población que lo conforma, cuáles han sido sus logros y cómo se proyecta a futuro, con el propósito de conocer cuál es el proceso de ejecución de este programa.

Conociendo el municipio de Zipaquirá

Figura 1.

Parque principal de Zipaquirá



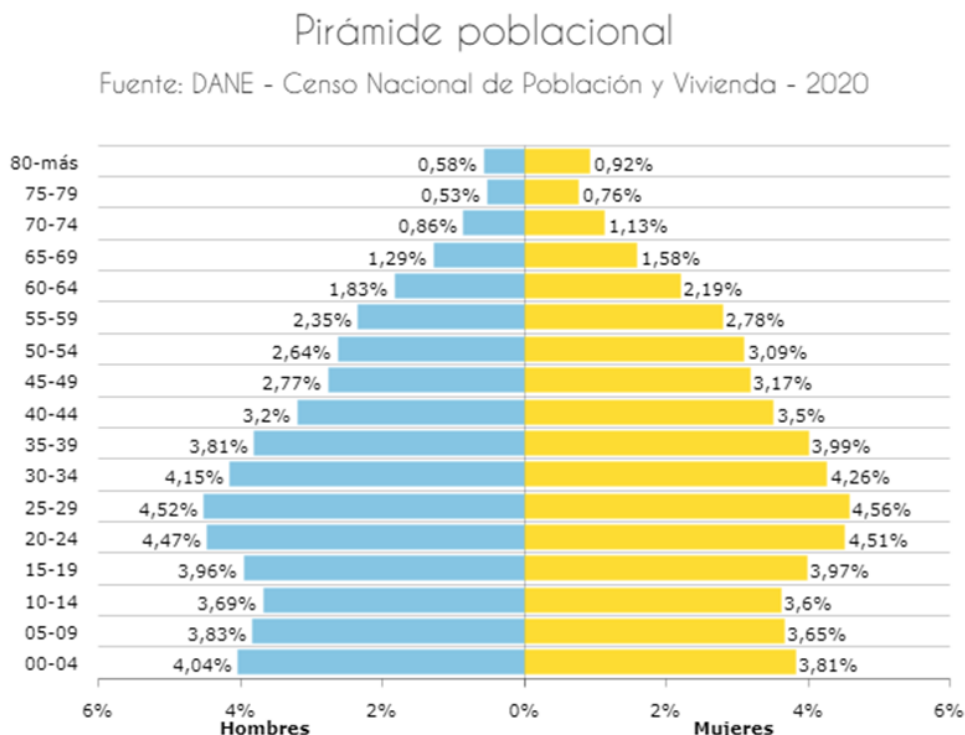
El municipio de Zipaquirá está ubicado en el departamento de Cundinamarca y hace parte de la región de Sabana Centro junto a diez municipios más, de la cual, es el principal centro urbano. Tiene una extensión total de 197 km², de la cual el área urbana comprende 8 km² y el área rural

189 km². El área urbana está dividida en dos zonas, por un lado, está la zona turística conformada por el centro histórico y la Catedral de Sal, por otro lado, se encuentra la zona urbana dividida en cuatro comunas conformadas por cincuenta y dos barrios. El área rural está dividida en dos corregimientos, uno conformado por catorce centros poblados urbanos, ubicados en la zona rural y otro que abarca once veredas (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012). El municipio está conformado por 146.352 habitantes para el año 2020, de los cuales 121.962 (83.3%) se ubican en la cabecera o zona urbana y 24.390 (16.7%) en el resto del municipio o zona rural (TerriData. Sistema de estadísticas Territoriales, 2021). Los datos recolectados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) sobre el crecimiento poblacional, determinó un patrón de crecimiento poblacional urbano de 2.06% y rural de 1,03% por año, reflejando un mayor crecimiento en la población urbana sobre la rural, que se considera una tendencia típica para un municipio ubicado cerca de la ciudad (Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2012).

La distribución de la población por género es de 71.026 (48.5%) hombres y 75.326 (51,5%) mujeres, un porcentaje similar a la distribución que se da a nivel nacional de hombres (48.8%) y mujeres (51,2%). En cuanto a la edad, se puede encontrar que tanto hombres como mujeres comparten el grupo con mayor población (de 25 a 29 años) y el de menor (70 años en adelante) (TerriData. Sistema de estadísticas Territoriales, 2021). Estos resultados indican que, frente al censo de año 2005, en el municipio se mantiene una población femenina más amplia y que los grupos con mayor y menor población se ubican en las mismas edades (Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2016).

Figura 2.

Pirámide poblacional 2020



Nota. TerriData. (2020). *Pirámide poblacional* [Grafico]. TerriData. <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/25899>

En el municipio el grado de urbanización es alto, cuenta con el 88%. Según la Secretaria de Planeación, para el año 2014, existían 18.873 viviendas, de las cuales 15.097 se ubican en la cabecera municipal y 3.776 en la zona rural. En cuanto al número de hogares, según el DANE, es de aproximadamente 26.730 (Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2016), en los cuales la jefatura de la mujer se ha incrementado, pues se encuentra que a nivel urbano son 14.709 mujeres responsables del hogar y a nivel rural 5.262 (Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2012). En la zona urbana las viviendas están ocupadas por 1.39 hogares conformados por 4.52 personas, número que incremento desde el año 2010, en donde se registraban 3.34 personas por hogar. En la zona rural se encuentran 1.43 hogares por vivienda, que están conformados por 4.65 personas, número que incremento, pues se registraban 3.51 personas por hogar. Esto indica que en la zona rural la vivienda está ocupada por más hogares que contienen a su vez un número alto de personas, comparado con la zona urbana.

Se conoce que el hacinamiento en la cabecera municipal es del 10,12% y en la zona rural del 14.02% (Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2012 & Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2016).

El gobierno zipaquireño ha tratado de cubrir las necesidades básicas en las viviendas de forma óptima y con estándares de calidad, de acuerdo con el crecimiento y demanda que se presenta en el municipio. Los servicios básicos como energía eléctrica, alcantarillado, acueducto y gas natural llegan a la mayoría de la población, aunque existen ciertos sectores que no cuentan con todos estos servicios simultáneamente, sin embargo, en la zona rural sigue existiendo un porcentaje menor de cobertura, si se tiene en cuenta que la zona urbana está cubierta casi en su totalidad (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012). La estratificación en el municipio comprende desde el estrato uno al estrato seis, en donde la población se ubica mayoritariamente en el estrato 1 con 40.000 habitantes y en menor medida en el estrato 6 con 271 habitantes, para el año 2010. En la zona rural específicamente, se mantiene la característica de encontrar en el estrato 1 la mayor concentración de habitantes con 849 y en el estrato seis se identifica la menor cantidad de habitantes con 10 (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2016).

Las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) se identifican en personas u hogares que tiene insatisfecha una necesidad básica o más para subsistir. Estas se pueden entender como las condiciones físicas inadecuadas de la vivienda, la falta de acceso a servicios públicos o hacinamiento. En el año 2010, el hacinamiento era la necesidad básica insatisfecha más alta con 6.878 casos, el total de NBI en el municipio era de 13.057 casos, de los cuales 10.527 se encontraban en la zona urbana y 2.528 en la zona rural. En cuanto a los indicadores de calidad de vida, el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) en la zona urbana es de 28.984 habitantes (27%) y en la zona rural de 8.017 habitantes (53.2%), lo que indica que en el municipio existen 37.001 habitantes en situación de pobreza (Alcaldía de Zipaquirá, 2010 & Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2016).

El flujo de habitantes ha ido en aumento en el municipio, pues la tasa de migración paso de 0.51% en 2009 a 0.75% en 2014. Esto ha implicado que las migraciones se conviertan en un factor que causan el crecimiento poblacional del municipio. La tasa de natalidad natural arrojaba cifras decrecientes, sin embargo, cuando en 2009 la tasa de migración empezó a crecer, la relación entre la tasa de crecimiento natural con la tasa de crecimiento migratorio dio como resultado el crecimiento total de la población desde 2011 (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2016, pág. 225).

Aspectos económicos del municipio

La situación económica del municipio se ha visto determinada por sectores como el turismo, la agroindustria, la minería y el comercio, que se han tratado de fortalecer en las administraciones de los últimos años, para consolidarlos como pilares del desarrollo económico local del municipio, que se ha convertido en una prioridad. Para el año 2005 los sectores de actividad económica con más oferta laboral, para ese entonces, eran el comercio (23.4%), la industria manufacturera (18.4%) y el sector agrícola (16.2%), mientras que sectores como la construcción (8.6%) y el transporte (6.4%) registraban pocos empleos a nivel municipal (Cámara de Comercio de Bogotá, 2005).

Estos datos variaron con el pasar del tiempo, debido a transformaciones que se produjeron en el municipio, a raíz de la migración de habitantes de la ciudad de Bogotá y la expansión metropolitana de esta. Estas circunstancias llevaron a que Zipaquirá se convirtiera en un lugar que mantiene múltiples relaciones y en diferentes niveles, es un “[...] municipio del departamento de Cundinamarca y centro de la provincia de Sabana Centro; [es] uno de los principales centros de la Región-Capital y [un] municipio bajo la influencia del proceso de metropolización de Bogotá” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010, pág. 24). Estas nuevas formas de reconocer a Zipaquirá, le dio a su vez, nuevas funciones, objetivos y formas de relacionarse con los espacios territoriales más cercanos. Se convirtió en un espacio destinado a la vivienda, al empleo, a los servicios e intercambios sociales, culturales, económicos y políticos, que le permitieron al municipio posicionarse en un entorno propicio para la competitividad, que puede generarle oportunidades para lograr un desarrollo socioeconómico sustentable (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010).

Sin embargo, aspectos como la expansión metropolitana de Bogotá, ha ocasionado que la región de Sabana Centro transforme su estructura productiva, pasando de una base caracterizada por el sector agropecuario tradicional, a una determinada por el sector agroindustrial, la industria y los servicios diversificados, que han modificado el uso y ocupación del suelo, en búsqueda de actividades más rentables y competitivas (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010). Esto ha dado paso a una rápida transformación en la base económica de la región, que no solo afecta este aspecto, trastoca diferentes ámbitos de la realidad social y es asumida a nivel local, desde el fortalecimiento de una base económica, que se sustente en la producción de bienes y servicios con valor agregado local, que le facilite al municipio ser competitivo y generar empleo e ingresos locales (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010). A su vez, le permitan a Zipaquirá mantenerse como una de las

economías más importantes de Cundinamarca y poder participar en las dinámicas económicas del departamento y el país.

El municipio de Zipaquirá cuenta con dimensiones físicas, ambientales y una gran biodiversidad y recursos naturales propicios para hacerla competitiva, además de ser parte de las dinámicas metropolitanas y regionales. Es este potencial, el que precisamente el gobierno local quiere aprovechar y fortalecer para generar una economía, que si bien resalte las capacidades y recursos locales, también haga del municipio un enclave competitivo y productivo a nivel nacional, que se inserte en diferentes mercados. Una economía en la que se apoye el emprendimiento, refuerce los encadenamientos productivos existentes, cree más de estos, y contrarreste la cifra de desempleo, que para el año 2010 en Zipaquirá mostraba una cifra de desempleo del 11,8% que equivalía a 9.612 habitantes.

Esta base económica se ha ido construyendo y fortaleciendo a partir de actividades económicas como a) la actividad comercial, b) la actividad industrial, c) la actividad minera, d) la actividad turística y e) la actividad agropecuaria, que son los sectores desde los cuales se ha buscado construir el desarrollo local del municipio. En el año 2010 Zipaquirá contaba con 3.128 unidades productivas, de las cuales, 2.865 se encuentran en el sector urbano y 263 en el sector rural, el 97% emplea entre una y diez personas y el 3% emplea a más de diez. El principal sector económico del municipio es el comercio con 1805 unidades productivas, que se ubican principalmente en el sector urbano, específicamente en la zona histórica y el centro del municipio (Alcaldía Municipal de Zipaquirá, 2012). Este sector ha sido el encargado de generar la mayor oferta de empleo dentro del municipio, crea el 47.1% de la ocupación total. Luego se encuentra el sector de servicios con 972 unidades y 678 empresas registradas, que han generado el 43.4% del empleo del municipio y se destacan actividades como servicios de salud, educación y transporte (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010).

La actividad industrial cuenta con 233 unidades productivas, conformadas por empresas que realizan actividades relacionadas con la producción de alimentos y la fabricación de productos, destacan por sus ingresos, productividad y oferta laboral la fabricación de productos eléctricos y productos lácteos. Estas empresas generan el 9.5% del empleo municipal, sin embargo, la productividad de las empresas es baja si se compara con el promedio departamental y su producción está sujeta al municipio, pues no hay una orientación hacia mercados externos (Cámara de

comercio de Bogotá, 2010). La actividad que dentro de la base económica cuenta con vocación exportadora es la actividad minera, está determinada por la explotación de carbón, arcilla, metales preciosos, materiales para construcción y sal (Alcaldía de Zipaquirá, 2010).

En cuanto a la actividad turística que se ha enfocado continuamente en la Catedral de Sal, se ha tratado de diversificar respaldándose en el patrimonio arquitectónico y ecológico que posee el municipio. Se ha constituido una oferta turística que resalta otros lugares de interés, como el centro histórico y el turismo ecológico en las zonas rurales, disponibles tanto para visitantes nacionales como internacionales (Alcaldía de Zipaquirá, 2010). Este sector ha tratado de explotar su potencial natural y cultural, puesto que, se ha evidenciado su importancia para el municipio, pues supone ingresos que van más allá de esta actividad, beneficiando a otros sectores como el de servicios (hoteles, restaurantes y comercio), transporte e industria.

El sector agropecuario es uno de los dos sectores que, junto al de industria, constituyen el 56% de la producción del municipio y cuenta con 118 unidades productivas. Este se compone en su mayoría por unidades dedicadas al cultivo de papa, la producción de maíz, alverja, zanahoria y a la ganadería, en cuanto a la producción agroindustrial destaca la producción de alimentos y bebidas, en su mayoría lácteos (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010). En Zipaquirá existen terrenos que varían de fertilidad moderada a baja, se desarrollan actividades como cultivos de subsistencia y transitorios, ganadería extensiva y semi - intensiva y agricultura intensiva y comercial (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

Más de la mitad del territorio municipal está dedicado a la actividad de levante de ganado o pastos, haciendo que Zipaquirá tenga el 15.4% de la población bovina de Sabana Centro y represente el 2% de la producción lechera del departamento y el segundo puesto en Sabana Centro. En cuanto a cultivos, la papa ocupa el 87% del área destinada a la agricultura en el municipio, así mismo es el cultivo que representa mayor volumen de producción, ha registrado crecimiento y Zipaquirá es el productor principal de papa en Sabana Centro. El sector agropecuario está conformado por ganaderos y pequeños y medianos agricultores, que según el informe realizado por la cámara de comercio de Bogotá (2010), cuentan con escasa asistencia técnica, poco desarrollo en los canales de comercialización, numerosas figuras de intermediario entre el productor y el consumidor, perciben la falta de políticas que estimulen la constitución de empresas

agroindustriales y consideran que la infraestructura y calidad en las plazas de mercado es inadecuada (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

Vocación agropecuaria del municipio

En Zipaquirá un 48% del uso del suelo está dedicado a actividades agropecuarias, comprenden 9.530 ha y 9.511 ha de páramo y bosque. Según el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del municipio, se puede observar que la zona rural posee aptitud para albergar actividades como la agricultura intensiva, granjas campesinas, bosques protegidos, centros poblados rurales, reserva forestal y zonas de servicios. En el municipio se ha realizado la labor de clasificar el suelo con el fin de identificar sus potencialidades para el desarrollo agropecuario, forestal o de conservación. Se obtuvo que existen diversos tipos de suelo, por ello poseen diferentes vocaciones, algunos suelos son aptos para agricultura intensiva, de orientación comercial y ganadería intensiva. Existen otros suelos aptos para un reducido número de cultivos semi-comerciales, de subsistencia y para pastos, hay otros suelos usados para cultivos anuales de subsistencia y pastos para ganadería semi-intensiva. Finalmente, existen suelos destinados para agro sistemas intensivos, preservación de ecosistemas, escenarios paisajísticos locales, bosques plantados y bosques naturales (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

El mal uso del suelo y el crecimiento acelerado han ocasionado la disminución de tierras productivas. Las actividades de producción agrícola con uso irracional de recursos naturales, la ejecución de prácticas y sistemas tecnológicos poco apropiados, y la ampliación de fronteras hacia los bosques están ocasionando la pérdida del suelo y la fertilidad, afectando la biodiversidad. Un ejemplo de esto es el cultivo de papa caracterizado como monocultivo, el cual ha incrementado la aparición de plagas y pérdida de suelo por procesos erosivos y disminución de la capa orgánica, causado por la aplicación constante de fertilizantes, el uso excesivo de químicos para el control de plagas y enfermedades, y el uso inadecuado de maquinaria (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

El uso del suelo para labores agropecuarias, está comprendido por actividades como la producción pecuaria (64%), la producción agrícola (21%), servicios agrícolas o ganaderos (13%) y actividades agrícolas o ganaderas mixtas dentro de la misma unidad productiva (2%). La extensión de las unidades productivas se caracteriza por poseer menos de 5 hectáreas, en cuanto al minifundio representa el 84% de los terrenos, en donde la Unidad Agrícola Familiar (UAF)

equivale a 7.12 ha. En el año 2010, el área agrícola se distribuía en 52% de cultivos dedicados a la siembra de papa, alverja y zanahoria, 22% de cultivos no tradicionales, 19% de hortalizas y 7% de flores (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

Los costos que surgen en los procesos de producción se presentan a partir de la preparación del terreno que ocupa el 2.3% del costo total de la producción, le sigue la adquisición de mano de obra que ocupa el 13.2% de los costos de producción y el transporte que requiere del 5% del costo. En cuanto a los insumos, la compra de la semilla certificada o clasificada equivale al 7.9% del costo, la fertilización el 27%, el empaque del producto para el traslado genera un costo del 3% y costos varios como arriendos, asistencia técnica y administración equivalen al 20% total de los costos de producción. Estos datos son un promedio de los costos que se pueden generar en el proceso de cultivo, los cuales están sujetos a modificación según el producto que se cultive y el espacio del que se haga uso. Son datos que se tienen en cuenta en el momento de evaluar las ganancias o pérdidas que debe afrontar el productor, quien puede sufrir pérdidas económicas debido a sobrecostos inesperados, el clima o sucesos fortuitos. La producción obtenida es destinada principalmente para autoconsumo y alimentación animal (5%) y para ser distribuida en plazas locales, regionales o en Corabastos (85%), sin embargo, en esta fase surgen pérdidas en el proceso de selección y clasificación (10%) (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

Los productores en Zipaquirá, según el tipo y tamaño de producción, son clasificados en pequeño, mediano y grande productor. El productor pequeño ejecuta prácticas tradicionales, no hace uso de técnicas elaboradas para el trabajo en la unidad de producción. El productor realiza las actividades por sí mismo, no contrata mano de obra, ni personal técnico capacitado y no posee una estructura económica ni financiera. El productor mediano se caracteriza por el uso de buenas prácticas, la tecnificación en su labor, genera empleo y cuenta con empleados para dirigir la producción. El productor grande, posee maquinaria agrícola, hace uso de paquetes tecnológicos para la producción pecuaria y agrícola, y puede acceder a prácticas de cuidado y prevención, puesto que, cuenta con técnicos profesionales para el manejo y asesoramiento de la explotación. Además, posee una distribución organizada de las labores, que comprende desde las labores administrativas hasta la distribución (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

Políticas públicas municipales relacionadas con el sector rural

Como se ha mencionado anteriormente, Zipaquirá es un municipio con vocación agropecuaria, esta actividad representa una gran importancia social y económica para el municipio. Ante esto, su relevancia se ha visto reflejada en las propuestas de cada administración, que destacan el sector rural y se trazan objetivos para fortalecerlo. Durante las últimas administraciones, se ha remarcado la importancia del desarrollo económico local y el uso de recursos endógenos, a partir de diversas actividades económicas, entre ellas el sector agropecuario (Alcaldía de Zipaquirá, 2010). En torno a este sector se han desarrollado proyectos de carácter social y económico, enfocados en mejorar la competitividad, la producción, el cuidado del medio ambiente y el acercamiento entre el sector urbano y rural. Si bien lo local se tornó primordial, también se pensó en el municipio como un foco de proyectos regionales que le permitiera tener convenios a nivel regional, departamental y nacional. Con el fin de lograr este objetivo, se propuso el uso de nuevas tecnologías que permitieran el uso eficiente del suelo, la ampliación de las zonas cultivadas y la diversificación del sector agropecuario. Estas acciones buscaron mejorar la situación económica y la calidad de vida de habitantes del sector rural, pequeños y medianos productores (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

Los proyectos relacionados con el sector rural, han buscado crear oportunidades que susciten progreso y calidad de vida, que hagan de este sector uno competitivo, sostenible y equitativo, que contribuya al desarrollo integral del municipio. Para alcanzar estos objetivos, una de las medidas tomadas para trabajar en la transformación del sector rural, ha sido el aumento del apoyo a los productores. El gobierno municipal ha impulsado a los habitantes del sector rural, buscando que los productores puedan vincularse a programas ofertados a nivel nacional, departamental y municipal, con el propósito de insertar a los productores en el mercado, acompañándolos en cada etapa de la cadena productiva. Además, se ha buscado un acercamiento entre la etapa de producción y distribución, para eliminar la figura del intermediario y así los productores reciban ingresos justos (Alcaldía de Zipaquirá, 2016).

En el transcurso de estos periodos administrativos han ocurrido sucesos relevantes, que han ayudado a la transformación del sector rural y la actividad agropecuaria en el municipio. En el periodo administrativo de 2008 se realizó la unificación de las dos plazas de mercado existentes y se reubicó. La unificación se llevó a cabo con el fin de obtener un espacio delimitado, organizado,

de fácil acceso y más aseado, fue una acción que afectó tanto a las personas ubicadas en la zona urbana, como rural del municipio. Años más tarde, en el periodo administrativo de 2016, la Secretaria de Desarrollo Económico, Agropecuario y Turístico encargada de los temas rurales, se desintegró para dar paso a la Secretaría de Desarrollo Rural y de Ambiente. Esta reestructuración se hizo con miras de una administración más moderna y eficiente para el municipio, la cual fuese más coherente con el plan de gobierno propuesto y permitiera trabajar en el fortalecimiento del campo, mejorar su economía y calidad de vida. Además, en ese mismo periodo se aprobó la creación del Fondo de Desarrollo Rural, que se inició como un objetivo dentro del Plan de Desarrollo de la administración 2016-2019. Este proyecto se aprobó para apoyar al sector agrario y permitir que los productores se beneficiaran de programas que incentiven la economía del sector y a su vez proteja el medio ambiente. Los recursos del fondo se plantearon para ser destinados a actividades de reactivación social y económica del sector rural, el desarrollo de programas agropecuarios en donde los pequeños y medianos productores accedieran a proyectos productivos y sostenibles que generaran empleo y equidad, además de realizar proyectos sociales que incluyeran mujeres, jóvenes y niños, la mejora de las vías de acceso y una renovación tecnológica.

Los proyectos que han surgido en estas últimas administraciones, por parte de la Secretaría de Desarrollo Rural, han tenido como objetivo abarcar la vida rural desde diversos aspectos. De esta forma se ha apoyado a la comunidad rural con la mejora de las vías de acceso a diferentes veredas del municipio, mejorando a su vez la movilidad y evitando sobrecostos en el transporte de los productos que van a ser comercializados, debido al mal estado de las vías. Esta mejora en la malla vial, es necesaria, según el gobierno local, debido a que permite mantener vías de calidad que motivan a los habitantes a dinamizar la economía, lo que permite generar empleo (Alcaldía de Zipaquirá, 2016). Así mismo, se han adelantado proyectos que incentivan la productividad de las zonas rurales, bien sea desde el sector agrícola o pecuario. Uno de los proyectos productivos más conocidos es el de la Gallina Campesina, el cual consiste en la entrega de unidades de gallinas ponedoras a familias campesinas, estas unidades constan de una capacitación, 32 gallinas, elementos para construir el gallinero e insumos para alimentarlas y cuidarlas, la finalidad de este proyecto es que cada familia pueda obtener una cubeta de huevos al día que pueda vender (Alcaldía de Zipaquirá, 2019).

Este proyecto de la Gallina Campesina busca contribuir a una economía familiar sostenible para el sector rural del municipio, en algunas familias estas unidades representan un ingreso extra, pues poseen otras actividades agropecuarias en su predio, las cuales aportan al sustento familiar. La Alcaldía Municipal considera importante realizar visitas previas a la entrega de las unidades, con el fin de confirmar si están en la capacidad de mantenerla y para constatar la calidad de la unidad. (Alcaldía de Zipaquirá, 2019). Además del beneficio económico que representa para los productores, este proyecto ha permitido mejorar su alimentación, ya que parte de lo producido se queda en el autoconsumo, así como sucede con el proyecto de Huertas Caseras.

El proyecto de Huertas Caseras ha sido otra propuesta llevada a cabo en el municipio, es un proyecto que se ha ido construyendo poco a poco desde 2012, cuando la Secretaría de Desarrollo Económico propuso el proyecto productivo e inició con un invernadero en un predio facilitado por la parroquia de uno de los barrios del municipio. El proyecto estaba conformado por mujeres cabeza de familia que se encargaron de esta unidad productiva, que fue adecuada por la alcaldía, la cual entregó las plántulas, insumos y realizó capacitaciones. El propósito del proyecto de Huertas Caseras, en ese momento fue aportar a la seguridad alimentaria del municipio, además de contribuir a la economía de las mujeres que trabajaban allí y de sus familias, a través de la venta de estos productos y el autoconsumo de los mismos. Desde su inicio, las Huertas Caseras se han caracterizado por la producción variada de alimentos verdes como las hortalizas, se consolidaron como un proyecto propio que no se relacionó directamente con la producción específica de alimentos como frutas, arveja o papa que también se dan en el municipio. Las Huertas Caseras se han convertido en una fuente de ingresos para las familias que participaban en ellas y contribuye a la seguridad alimentaria y producción variada de alimentos en el municipio, estos logros influyeron para que a lo largo de los años se fortaleciera este proyecto y creciera el número de personas beneficiadas por estas unidades productivas.

En la administración 2016-2019 se siguió apoyando los proyectos de Huertas Caseras en espacios urbanos y comunitarios, como es el caso del Centro Integral de Servicios.

Figura 3.

Centro Integral de Servicios Zipaquirá.



En este lugar se ofrecen diferentes programas gratuitos que apoyan a grupos de población de adulto mayor y con discapacidades cognitivas y físicas principalmente, entre estos programas se encuentra la Huerta Casera del centro, la cual promete beneficiar a 25 personas y sus familias. En esta huerta, los encargados de cuidarla son orientados por funcionarios de la Alcaldía, puesto que, no todas las personas tienen conocimiento sobre la producción de alimentos. Al igual que los otros proyectos de Huertas Caseras, un porcentaje de lo producido es destinado para el autoconsumo y otro para la venta. La comercialización puede ser organizada por los cuidadores de la huerta o darse a través de canales de comercialización dispuestos por la Alcaldía. De igual manera, se siguió apoyando los proyectos de Huertas Caseras, en los predios de familias residentes en la zona rural.

El programa de Huertas Caseras ha crecido enfocándose principalmente en habitantes de las zonas rurales que poseen pequeños predios y quieren hacerlos productivos tanto para autoconsumo, como para venta. Este tipo de proyecto permite fortalecer la seguridad alimentaria de las familias rurales y del municipio de Zipaquirá, en tanto que hay una disponibilidad constante y variada de productos alimenticios. La Secretaría de Desarrollo Económico es la encargada de

proporcionar semillas, insumos, brindar las capacitaciones, entre otras cosas, con el propósito de acompañar a los productores a lo largo de la cadena productiva. Uno de estos eslabones en los que se centra dicho acompañamiento es en la comercialización, en donde los funcionarios de la alcaldía han trabajado junto a los productores para eliminar la imagen del intermediario. En este programa se considera que la exclusión de esta figura se hace necesaria en tanto que la intermediación representa una desvalorización del trabajo de los productores, quienes reciben un precio inferior al que realmente cubriría la inversión económica y el esfuerzo físico realizado por el productor.

Este tipo de proyectos han buscado mejorar los ingresos económicos de las familias rurales, mejorar las condiciones de vida, garantizar la seguridad alimentaria de estas familias en particular y del municipio en general y brindarles herramientas para que su trabajo en el campo sea sostenible. Ante esto, el gobierno municipal cree que otro factor que podría beneficiar a los productores es la creación de asociaciones que faciliten el trabajo de los pequeños productores, ya que en el municipio existen muy pocas y estos espacios pueden proporcionar atención en temas de equidad de género, igualdad social, calidad de vida y capacitaciones. La existencia y participación en estas asociaciones pueden hacer más aprovechables los programas ofertados por la alcaldía municipal que buscan hacer productivas las pequeñas parcelas a través de proyectos agrícolas o pecuarios basados en el pancoger. En donde se producen elementos de calidad, diversos y con valor agregado, que hacen parte del autoconsumo y a su vez representara una fuente de trabajo digna para los productores.

Mercados Campesinos

De forma transversal a los proyectos productivos mencionados anteriormente, existe otro llamado Mercados Campesinos. Este es un espacio que se constituyó inicialmente como un canal de comercialización dispuesto para los productos elaborados por los pequeños y medianos productores locales inscritos en los otros programas, quienes se sentían inconformes por la falta de espacios seguros y constantes para vender los alimentos, lo que los llevaba a exponerse a espacios en donde no se obtiene una retribución justa por su labor. Este espacio surge en la administración municipal de 2012-2015, en donde se les garantizó a los productores una zona de venta ubicada en la plaza de mercado municipal Villa de La Sal. Sin embargo, en ese momento al espacio le hacían falta varias mejoras físicas. Desde el inicio de este programa, los productores que hacen parte de él, han tenido la oportunidad de acceder de forma gratuita a una unidad de venta, que se encuentra

ubicada dentro de un espacio delimitado en la plaza de mercado, evitando así el pago de un arriendo, como sí sucede con las otras unidades correspondientes al comercio mayorista y minorista que coexisten en la plaza de mercado.

La elección de los integrantes del programa de Mercados Campesinos se da mediante el cumplimiento de ciertos requisitos, deben tener el puntaje del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales (SISBEN) por debajo de 47 puntos, un documento que certifique su permanencia en el municipio por un tiempo mínimo de 10 años y un recibo de algún servicio público correspondiente al lugar en donde reside, que debe ser el mismo lugar en el cual se ubicara la huerta y se producirán los alimentos que se van a vender a través del canal de comercialización de mercados campesinos. Después de la recolección de estos documentos los funcionarios de la Secretaría de Desarrollo Económico, el grupo encargado de los temas rurales, agenda una cita para comprobar si la persona que solicitó el ingreso al programa realmente habita en este lugar, además, se observa el predio y se comprueba si es posible desarrollar un proyecto productivo allí y si es así, evaluar que recursos o elementos se necesitarían para implementarlo. Con base a los documentos y a la visita, la Secretaría de Desarrollo Rural analiza los casos y hace un proceso de selección, puesto que generalmente los solicitantes superan el número de cupos disponibles. Además, se debe verificar con detalle los datos de los aspirantes, para asegurarse que las personas que ingresan al programa sí cumplan con los requisitos solicitados y no quitarles la oportunidad a otros usuarios, esto también es una forma de administrar de forma correcta los recursos del municipio.

Desde el inicio de Mercados Campesinos, las solicitudes de ingreso han aumentado, evidenciando el interés que tiene la comunidad por este programa, en este y en todos los programas en general se manejan aproximadamente 20 cupos, que pueden llamar la atención de hasta 150 personas, por ello se decidió que cada usuario tiene la oportunidad de participar por un periodo de 1 año y luego debe esperar un lapso de un año para poder inscribirse nuevamente. Esto se decidió con el propósito de darle la oportunidad a todos los interesados en participar. Las personas que se inscriben a Mercados Campesinos en su mayoría, cuentan con edades que oscilan entre los 40 y 65 años, gran parte son mujeres y la producción de alimentos no es la única actividad económica que ejercen, puesto que necesitan de otros recursos para su subsistencia, así que, deben acceder a otras ocupaciones laborales, donde las que más se destacan son empleos como constructores, auxiliares de servicios generales, microempresarios y algunos son pensionados.

La lista de usuarios inscritos en el programa de Mercados Campesinos, tiende a ser estable y permanecer en un aproximado de cincuenta (50) personas, de los cuales treinta y seis (36) productores, que hacen a la vez el papel de vendedor, se acercan a la plaza de mercado Villa de La Sal todos los martes, que es el día de mercado en Zipaquirá. Estos productores se denominan como habituales, en este grupo se encuentran veinticuatro (24) mujeres y doce (12) hombres, en el grupo de los productores que asisten al mercado de forma esporádica se encuentran diez (10) mujeres y dos (2) hombres. Frente a esta situación, se destaca que en el programa de Mercados Campesinos no hay una asistencia obligatoria cada martes, en tanto que, se tienen en cuenta varios factores como, la ocurrencia de sucesos extraordinarios en donde la cosecha se pierda, que los usuarios seleccionen el producto solo para la subsistencia de su grupo familiar o que recurran a otros canales de comercialización para vender el excedente de su producción, estos puntos de venta pueden ser en la vereda donde residen o por encargo. Esto muestra que la asistencia al mercado campesino es flexible, en tanto que no hay una obligación a asistir semanalmente allí, ni vender todos sus productos en el mercado campesino.

Si bien el programa de Mercado Campesino inició con el propósito de ser un canal de comercialización permanente para los productores, esta no es su única característica y razón para su funcionamiento, en tanto que va más allá de propósitos exclusivamente económicos. Este espacio busca ser un medio para brindarle oportunidades a pequeños y medianos productores rurales, eliminando largas cadenas de intermediarios a través de las ventas directas y poniendo en práctica una economía justa, que de mayores resultados económicos para el productor. Este quiere ser un espacio que fomente la producción y permita la comercialización de productos que sean realizados por medio de prácticas agroecológicas, que den como resultado productos orgánicos, frescos y de calidad que se puedan rastrear hasta el campo y promuevan un consumo consciente. Así mismo, en donde la producción y distribución de los alimentos este determinada por la cercanía y lo local, que permitan mejorar la calidad de vida de los productores, mejorar sus ingresos económicos y se haga uso del saber local de las comunidades.

En torno al programa de Mercados Campesinos se han propuesto diferentes objetivos, que han hecho que este tome cierta relevancia en el municipio, por ello desde el año 2017 se estaba realizando un trabajo constante para lograr la aprobación de la institucionalización de los mercados campesinos. Este proceso se logró en noviembre de 2020 con el acuerdo No 17, con el cual se institucionaliza la estrategia de Mercados Campesinos del municipio de Zipaquirá, mediante la cual

se establece como una estrategia comercial, cultural, de apoyo social y de reconocimiento que apoya tres iniciativas de comercio de Mercado Campesino. Con este acuerdo se establecen tres espacios de comercialización, el ya existente en la plaza de mercado Villa de La Sal, un mercado itinerante a realizar en colegios, parques de barrios, instituciones, etc. y el mercado “sal de mi tierra” que se planea efectuar en el parque central del municipio. Estos espacios serán guiados por el comité organizador de Mercados Campesinos que se creará a partir de este acuerdo, con el propósito de que sean los mismos interesados los encargados de liderar y organizar el programa, el cual estará conformado por mujeres rurales, asociaciones de vocación agrícola, organizaciones sin ánimo de lucro, instituciones educativas con enfoque agrícola y la Secretaría de Desarrollo Rural (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2020). Se tendrá en cuenta que cada mercado proponga sus propias dinámicas, así que este comité está en el deber de atender de forma diferenciada a cada uno de estos, creando espacios armónicos en donde se fomente la participación.

La Alcaldía Municipal quiere fortalecer la estrategia de Mercados Campesinos para que esta sea un elemento que favorezca a la economía, al desarrollo rural del municipio y haga de Zipaquirá un centro regional de comercio, en el que se puedan realizar intercambios económicos, atrayendo productores de otras zonas y a su vez permita la participación de productores locales en otros mercados de la región. En la consolidación de esta estrategia, también se quiere impulsar la participación de asociaciones de población indígena y afrodescendiente, y la conformación de organizaciones campesinas, en donde efectivamente se den intercambios económicos, pero también culturales. Esto lleva a reconocer que los mercados no son solo espacios productivos y económicos, son también sociales, allí se crean experiencias, se rememoran otras y se construye conocimiento. Lo cual resaltó la importancia de proponer actividades pedagógicas, culturales, de tradición alimentaria, buena alimentación y prácticas ecológicas que se realizaran dentro de los mercados (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2020).

Un factor más que resalta la importancia de los Mercados Campesinos para el municipio, es su contribución en la defensa de la soberanía alimentaria y su consideración sobre la importancia de la producción campesina en el abastecimiento de la ciudad, por consiguiente, su aporte a la seguridad alimentaria (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2020). En el municipio se desarrolló en 2018 la política pública de seguridad alimentaria y nutricional de Zipaquirá, en donde se busca favorecer la producción, comercialización y consumo local, desde la oferta de alimentos producidos por campesinos o pequeños productores que, además, estén vinculados al programa de

mercados campesinos. Los pequeños y medianos productores, son los encargados de ofrecer los alimentos en el municipio y con el uso del canal de comercialización de Mercados Campesinos se ha buscado que se oferten allí, productos de calidad y sanos con un precio justo para el productor y asequible al consumidor (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2018). La Alcaldía es la encargada de incentivar tanto la etapa de producción, guiada por prácticas agroecológicas, que aseguren el consumo de un alimento variado, saludable y respetuoso del medio ambiente, como la etapa de comercialización a través de los mercados campesinos, en donde permanezca una oferta constante de alimentos, abierta a todos y adecuada para cada grupo poblacional.

Este programa se ha constituido como un espacio para propiciar prácticas de producción y comercialización guiadas por la soberanía y la seguridad alimentaria. A través de este canal de comercialización alternativo, a los lineamientos del Sistema Agroalimentario Globalizado (SAG), se ha querido fortalecer al pequeño y mediano productor, mientras se asegura una producción constante y diversa, que permita el abastecimiento alimentario del municipio. Este programa de Mercados Campesinos ha tenido una evolución desde su concepción en la administración de 2012-2015, ya que consiguió acoger a más productores, encontrar un lugar fijo y designado exclusivamente para ellos, y quizá el logro más grande que fue la institucionalización de este. Si bien este programa ha experimentado cambios, no han sido radicales, ha sido un proceso de continuidad en búsqueda del fortalecimiento y crecimiento de este.

4. Mercados Campesinos y las prácticas de producción y comercialización entorno a este

Este apartado inicia relatando como se encaminaron paulatinamente las políticas sobre el sector rural en Zipaquirá, para que se diera el entorno necesario, desde el cual un programa como Mercados Campesinos pudiese surgir y desarrollarse hasta lo que es hoy. Se continúa describiendo las particularidades del programa en la actualidad y se ahonda en las prácticas de producción y comercialización que llevan a cabo los productores. En este recorrido se expone cómo el programa ha incidido en las decisiones de los productores y cuáles son sus opiniones frente a integrar este programa.

Contextualización de Mercados Campesinos Zipaquirá

El municipio de Zipaquirá, como se ha mencionado anteriormente, está conformado en su mayoría por zona rural y se caracteriza por poseer una vocación agropecuaria muy amplia. Ante

esto, el uso del suelo ha sido reglamentado por medio del POT, en el cual se ha especificado que las áreas destinadas a actividades productivas se dividen en siete tipos de uso agropecuario, los cuales pueden ser abarcados en usos tradicionales, semi – intensivos e intensivos (ver anexo 1) (Acuerdo número 12 de 2013). El uso de suelo que más destaca debido al rendimiento que genera, es el de agropecuario semi – intensivo y agropecuario intensivo, en donde se llevan a cabo actividades como el cultivo de flores y el de alimentos como la papa, zanahoria y alverja, actividades que generan la mayor parte de la base productiva del municipio (Alcaldía de Zipaquirá, 2010).

Los diversos usos del suelo, supone asimismo diferentes formas de producir. Una de estas es la producción agroindustrial, que ha demostrado su rentabilidad y beneficios que aportan a la economía del municipio, se ha convertido en una de las bases para generar empleo, incentivar la economía del municipio y propiciar el desarrollo local. Frente a esto, la Alcaldía Municipal se propuso acompañar a los productores con asistencia técnica, formación y acompañamiento financiero, para proveerles fácil acceso a créditos, espacios en el mercado local y acceso a asociaciones que les permitieran ser capaces de enfrentar los retos del mercado (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012).

A partir de esto, se reconoce que la actividad agroindustrial o de carácter intensivo en el suelo zipaquireño, aporta económicamente al municipio y hace más productiva la zona rural. No obstante, pensando en la sustentabilidad del campo, se han implementado una serie de proyectos y programas que consideran relevante fortalecerlo desde quienes lo residen habitualmente. Estas personas no necesariamente son los dueños de tierras extensas, sino de predios medianos o pequeños, en los que no se llevan a cabo actividades agropecuarias de carácter extensivo, pero si se pueden realizar actividades agropecuarias a pequeña escala aprovechando estas áreas tradicionales para el cultivo, haciéndolas rentables para sus dueños y evitando que los productores tengan que abandonar el campo para encontrar oportunidades laborales provechosas en otros lugares

La importancia de las actividades agropecuarias para la economía del municipio, se ha reflejado en el trabajo continuo para fortalecer este sector. Un trabajo que, si bien se centra en el ámbito competitivo, resalta conjuntamente la sostenibilidad del sector agrario, para ello se han planteado programas respetuosos del medio ambiente, que dignifiquen el trabajo del productor y

mejoren su calidad de vida. Una forma de lograr esto, ha sido trabajar de forma transversal con las otras dependencias de la Alcaldía, para brindar un acompañamiento integral a las familias rurales, que las fortalezca. Se han planteado proyectos en donde se busca mejorar los ingresos de los productores, así garantizar una mejora en sus condiciones de vida y la seguridad alimentaria de estas familias. Adicional a ello, se han realizado capacitaciones en temas como equidad de género, igualdad social, asociatividad y temas sobre tecnología, pensadas con el fin de generar habilidades que mejoren la calidad de vida de estas familias y les permita tener herramientas para sobrellevar y adaptarse a los cambios que se gestan en el sector rural, de esta forma puedan seguir siendo competitivos y estar a la vanguardia. Estas son acciones que se han efectuado en parte, gracias a la creación del Fondo de Desarrollo Rural (Acuerdo número 1 de 2016).

Las decisiones tomadas durante las últimas administraciones, sobre la zona rural del municipio, se han tratado de realizar acorde a los sucesos vigentes y de forma paralela a lo que se está desarrollando a niveles más amplios como el nacional e internacional. En consecuencia, en el municipio se han implementado proyectos que se han orientado en tocar temas como el desarrollo económico local, la sostenibilidad del campo, la calidad de vida los productores y el ámbito social y ambiental (Acuerdo número 1 de 2016), temas que han suscitado interés en el mundo. De este modo, desde los proyectos y programas gubernamentales se ha afianzado la importancia del sector rural del municipio para el desarrollo del mismo, sin embargo, este debe darse compaginando lo competitivo con lo sostenible, tanto en el tema económico, ambiental y social. Si bien la práctica de la agroindustria ha sido rentable, también existe la preocupación por parte de la Alcaldía, sobre el impacto de dicha práctica en los recursos naturales del municipio y la calidad de vida de sus habitantes. Esto ha generado un interés por realizar acciones que salgan de las prácticas habituales y propongan alternativas a la situación.

Estas circunstancias sentaron la base para el programa Mercados Campesinos de Zipaquirá que, en medio de la búsqueda de nuevos enfoques para acercarse al campo, se originó y constituyó como un espacio para evidenciar, cuan productivo es el sector rural del municipio y las diversas formas en que se puede alcanzar ese desempeño, mientras se beneficia a la comunidad. Hubo una transición en las políticas públicas agropecuarias, que pasaron de ver el potencial agrario y desarrollo económico del municipio en la agricultura semi-intensiva e intensiva y en la comercialización de productos como leche, cárnicos, papa, zanahoria y alverja, (Alcaldía de

Zipaquirá, 2008), a unas políticas que favorecen la sostenibilidad, la calidad y atienden las necesidades de los productores.

Mercados Campesinos comienza a darse a conocer en la administración municipal de 2012-2015, para ese entonces contaba con 16 participantes y era visto como un apoyo a la economía de los pequeños productores, por medio del impulso a una producción y comercialización sostenible y con mínima intermediación. Así como sucede ahora, desde su inicio el programa de Mercados Campesinos ha ido de la mano con el programa de Huertas Caseras, que surge en el mismo periodo administrativo. El programa de Mercados Campesinos buscó establecer y fortalecer unidades productivas en los predios de familias rurales y centros educativos rurales, bajo los criterios de la seguridad y soberanía alimentaria, para ello se desarrollaron prácticas que respondieran a estas y beneficiaran a las familias principalmente y luego al municipio entero. Inicialmente, el espacio determinado para llevar a cabo los Mercados Campesinos, como foco receptor de los productos de las huertas caseras, poseía algunas carencias como la falta de espacios y equipamiento para la venta, además no se contaba con un espacio delimitado para este mercado de productores locales, que les permitiera ser identificados como un espacio diferenciado dentro de la plaza de mercado (Alcaldía de Zipaquirá, 2012).

El programa de Mercados Campesinos ha ido creciendo paulatinamente, tratado de ir a la par con los procesos en los que está inscrito el sector rural, que está en constante transformación. En el periodo administrativo 2016 – 2019, el Mercado Campesino se fortaleció como programa de la Alcaldía Municipal, sumo más personas a este y se crearon más unidades productivas. Lo anterior, con el propósito de apoyar a las familias rurales poseedoras de predios medianos y pequeños, que pueden ser cultivables y aprovechados. Este apoyo a los productores y sus familias, por un lado, quiere darles la seguridad de continuar la labor en el campo, evidenciando que el trabajo en las zonas rurales puede ser rentable y confiable y que los predios de menor escala también son productivos, por otro lado, que además de convertirse en una fuente de ingresos económicos, también les permite tener acceso permanente a alimentos y así mejorar su alimentación. Elementos que representan un beneficio directo al productor y su familia, a la vez que crea una oferta variada y constante de alimentos, producida en el mismo municipio, que termina por mantener la seguridad y soberanía alimentaria del mismo (Alcaldía de Zipaquirá, 2016).

¿Cómo es el programa de Mercado Campesino hoy?

El programa de Mercado Campesino como parte de una estrategia de políticas públicas, se ha mantenido en el municipio desde su creación y se ha fortalecido periodo tras periodo. Uno de sus logros más importantes se dio durante la administración de 2020-2024, cuando se aprobó la institucionalización de esta estrategia (Acuerdo 17 de 2020). La motivación original y central de este espacio siguen siendo los pequeños y medianos productores de Zipaquirá, y cómo generar una red de apoyo entorno a ellos, objetivo que se ha abarcado con un enfoque integral, en tanto que, se ha desarrollado desde aspectos como el social, económico, cultural y medioambiental. Esta variedad de temas, desde los cuales se enfoca el programa, ha llevado a que se haga mención de este dentro de diferentes temáticas abarcadas por los programas de gobierno municipal de forma directa o indirecta. Esto se ve reflejado en la construcción del acuerdo para institucionalizar el programa de Mercado Campesino, en el que se manifiesta un interés por contemplar diversas temáticas en las cuales el Mercado Campesino puede tener un papel transformador. Algunas son, el fortalecimiento de la agricultura familiar y comunitaria, el desarrollo rural y local del municipio y promover las políticas de seguridad alimentaria y nutricional (Acuerdo 17 de 2020).

Desde esta diversidad de temáticas que quiere trabajar Mercado Campesino, este ha procurado convertirse en un apoyo y hasta cierto punto en una garantía, para los pequeños y medianos productores, como lo enuncia uno de los encargados de este programa, “el espacio se crea por apoyar al pequeño y mediano [productor], con el fin de apoyar a la economía familiar, el reconocimiento de la labor [...] y su aporte a la generación de alimento para nuestro municipio [y] aledaños” (Entrevista al encargado del programa, 2016). Estos son elementos que han motivado a los productores a seguir con el oficio de producir alimentos y fortalecer al campo con su presencia y trabajo, lo cual ayuda a disminuir la migración en las zonas rurales del municipio. Esto es una muestra de cómo Mercado Campesino es una estrategia que termina por repercutir en diversas situaciones que se presentan en Zipaquirá.

Así pues, no solo se está beneficiando directamente a quienes participan en el programa, sino que también se está cuidando del campo y de quienes lo habitan, se disminuye la pobreza en las zonas rurales, se cuida del medio ambiente y se beneficia a todos los zipaquireños, contribuyendo al abastecimiento constante de alimentos para el municipio y fortaleciendo el desarrollo económico (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2020). Estos son logros que se alcanzan

gracias a la visibilización y reconocimiento de los productores, de su labor y la forma como la realizan. El cual no solo se da desde el ámbito económico, como se dijo anteriormente, aquí prima la calidad de vida en general de este grupo, la cual se busca alcanzar al asegurarle a los productores un espacio estable para la comercialización, en donde puedan garantizar un ingreso económico constante y justo. La entrada de nuevos ingresos a la economía familiar, se convierte así en la base para llevar a cabo acciones que repercutan en su calidad de vida, así fue expresado por el representante de la Alcaldía, quien comentó que el hecho de “[...] que tengan los medios de subsistencia económica, la ayuda, la que surge y que mejoren sus vidas, tanto, [...] económica, educativa, todos esos lazos que generan el solo simple hecho de tener un dinero extra en su familia, eso genera un mejoramiento en la calidad de vida mayor” (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016).

Al contribuir en el fortalecimiento de la calidad de vida de los pequeños y medianos productores, a través de la estrategia de comercialización de Mercado Campesino, se ha logrado crear un entorno favorable para que este grupo siga realizando trabajos agropecuarios, habitando y laborando en las zonas rurales, lo cual ha favorecido a que este tipo de producción agrícola se mantenga. Una producción que se caracteriza por ser a pequeña escala, local y familiar, la cual, en el contexto del cambio climático y las desventajas que supone para este grupo producir en el marco del SAG, se convierte en un mecanismo para crear espacios alternativos, en donde se materializan dinámicas diferentes a las que propone este sistema.

Mercados Campesinos y las prácticas entorno a este

A partir de una revisión documental y de entrevistas se conoció que, este programa que inició con 16 personas como se mencionó anteriormente, creció y cuenta ahora con la participación de 48 personas. En este grupo, según la tabla de datos de usuarios del programa, son en su mayoría mujeres, en un promedio de 34 mujeres frente a 14 hombres, quienes provienen de las diversas veredas del municipio (ver anexo 2 y 3). De diecisiete veredas existentes, cinco representan una asistencia mayoritaria, dejando a las otras con una participación baja o nula. Los participantes del programa habitan en la zona rural del municipio y son propietarias del predio que emplean tanto para residencia, como para producción. Solo se conoció de una participante del programa que habita en la zona urbana del municipio y bajo la modalidad de arriendo, cuenta con el predio para la producción de alimentos.

Estos predios no exceden cuatro a cinco hectáreas, así que, por su tamaño hacen parte del grupo de minifundios del municipio que ocupan el 84% de la zona rural. Estos pueden ser comprendidos como una Unidad Agrícola Familiar (UAF¹), en el caso de Zipaquirá cada UAF equivale a 7,12 hectáreas, esta medición permite que familias que posean hasta 2 UAF accedan al servicio gratuito de asistencia técnica rural (Alcaldía municipal de Zipaquirá, 2012). En estos predios se produce “todo lo que sea de tierra fría [...] fresa, hay sábila, hay diversidad de productos” (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016), lo que más se produce por temas de espacio y rentabilidad son las hortalizas, sin embargo, también se pueden encontrar alimentos como huevos, aromáticas y productos manufacturados como el pan, de forma menos representativa.

Figura 4.

Mercado Campesino, plaza de mercado Villa de la Sal



Este conjunto de alimentos es lo que se comercializa habitualmente dentro de la plaza de mercado Villa de la Sal, en el sector de Mercado Campesino, allí, como lo indicaba el encargado del Mercado Campesino, los productores se acercan

¹ En la ley 135 de 1961, se habla por primera vez de la Unidad Agrícola Familiar (UAF), que se entiende como “la explotación agraria de un fundo que dependa directa y principalmente de la vinculación de la fuerza de trabajo de una misma familia [...]sin perjuicio del empleo ocasional de mano de obra extraña al núcleo familiar [...] la extensión del predio, dependerá de la naturaleza de la zona, clase de suelos, aguas, posibilidades de irrigación, ubicación, relieve y potencialidad del tipo de explotación agropecuaria para el cual sea apto [...]”.

[...] cada 8, cada 15 días, cada mes, todo dependiendo de lo que ellos tengan en sus huertas caseras, que más que todo lo que ellos trabajan es para Pancoger, para su familia, lo que les sobra lo traen o lo pueden comercializar en sus veredas. [...] la importancia del sector campesino es que cada campesino venda su producto, que sea comercializado y que sea un aporte a su economía (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016)

Como comentaba el encargado del mercado, algunos productores no asisten todos los días martes, que es el día de plaza, así que el espacio que tiene una capacidad para sesenta puestos de venta, no son ocupados en su totalidad cada martes. Este mercado permite cierta flexibilidad para que los productores asistan en el horario más convenientes para ellos, a partir de las 5 am que se abre el mercado y hagan uso de las canastillas como ellos lo consideren, pues son personas que ya conocen las dinámicas y el espacio, puesto que siguen asistiendo los mismos.

Las personas que pertenecen al programa de Mercados Campesinos son pequeños y medianos productores que por tradición familiar o emprendimiento se han acercado a las labores del campo, y han necesitado de la ayuda del gobierno municipal, para hacer de este oficio un modo de subsistencia. Así mismo, este espacio abre sus puertas para resaltar la participación de grupos poblacionales como [...] mujeres cabeza de familia, los que tienen más problemas o tienen más necesidades, eso incluye población vulnerable [...] personas con discapacidades cognitivas y físicas, el adulto mayor, para que salgan o tengan un medio como económicamente surgir y por eso más que todo, a eso se refiere el sector campesino y mercado o las huertas caseras, para ayudarlos a ellos, para eso están vinculados a este sector” (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016).

¿Cómo es producir para este mercado?

Los participantes de Mercado Campesino, son entendidos como productores que asisten a este mercado para ofertar sus productos directamente, sin la figura de intermediación, son identificados por la Alcaldía Municipal como pequeño y mediano productor. En el documento de institucionalización del programa se entiende por

“Pequeño productor: Campesino que trabaja el campo, que administra sus recursos locales y toma decisiones sobre su actividad productiva; los ingresos obtenidos no

superan más dos veces el salario mínimo legal vigente, lo cual limita su capacidad de contratar mano de obra adicional, utiliza otras formas de trabajo colectivo. Dispone de espacios menores a 1 hectárea y el 80% de su actividad económica depende de ello.

Mediano productor: Persona que trabaja el campo, que administra y gerencia sus recursos locales y toma decisiones sobre su actividad productiva; los ingresos obtenidos superan más dos veces el salario mínimo legal vigente, lo cual le da capacidad de contratar mano de obra adicional. Dispone de espacios entre 1 a 4 hectáreas y el 70% de su actividad económica depende de ello” (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2020, pág. 4)

Estos productores son un grupo de personas que no son ajenas o que desconocen la labor de producir alimentos, puesto que crecieron en un contexto en donde su diario vivir estaba marcado por este oficio, estos productores, como mencionaba el representante de la Alcaldía, “vienen de tradición, hay nietos, sobrinos, van cogiendo ese modo de vida para su parte económica, para su sobrevivir” (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016). En este contexto, la finca no solo es vista como el lugar en donde se produce, sino como un espacio en donde se crece en contacto con el medio ambiente y las actividades agropecuarias, lo cual posibilita adquirir conocimientos sobre estos temas. La finca posee “[...] una dimensión socio-cultural propia, caracterizada por la generación de vínculos intergeneracionales, y el traspaso de los conocimientos y de las tradiciones y costumbres de generación en generación” (Salcedo, De la O, & Guzmán, 2014, pág. 25). Los conocimientos adquiridos sobre la producción agropecuaria, se caracterizan principalmente, en el Mercado Campesino Zipaquirá, por ser un conocimiento heredado de sus familias que también se dedicaban a este oficio. Solo se encontraron dos casos en particular en donde, a pesar de tener un primer acercamiento al trabajo agrícola por su familia, decidieron adquirir el conocimiento sobre la producción y ampliarlo a través de capacitaciones impartidas por entidades como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la Asociación hortifrutícola de Colombia (ASOHOFRUCOL)².

²ASOHOFRUCOL es una organización gremial y agroempresarial que representa los intereses de los productores hortofrutícolas colombianos. Esta organización ha agremiado a más de 43.000 productores, presentes en 22 departamentos (Asociación Hortifrutícola de Colombia, 2021).

Los conocimientos adquiridos sobre la fase de producción, ha llevado a los productores a desarrollar cierto tipo de prácticas, que son consideradas por la Alcaldía Municipal como parte de la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC)³, lo que les ha permitido vincularse al programa de Mercado Campesino, que precisamente está dirigido a este tipo de sistema de producción. Este concepto que fue desarrollado por el Ministerio de Agricultura, dentro de una política pública que describe los lineamientos de este, trata de caracterizar lo mejor posible a un segmento amplio de la sociedad colombiana, con el propósito de implementar políticas públicas efectivas y de alcance, entendiendo las particularidades de cada contexto. Es una oportunidad para fortalecer de forma integral a quienes practican este tipo de agricultura, propiciar un desarrollo rural con enfoque territorial, una producción agropecuaria sostenible y el bienestar de la población rural (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017).

El concepto de ACFC es usado por la Alcaldía Municipal como una base para determinar quiénes pueden hacer parte del programa de Mercado Campesino, así mismo caracterizar a sus integrantes. Así, se parte de que los integrantes del programa, participan de este sistema de producción y llevan a cabo prácticas de producción acordes a este, aquellos que no cumplan estas características no pueden ser parte del programa. Si bien el concepto de ACFC es amplio y trata de incluir diversos aspectos y actores, en el caso de Mercado Campesino Zipaquirá se conoció que los integrantes de este efectivamente poseen varias características de este sistema de producción.

Si bien, en el programa los participantes, son caracterizados por su oficio de producción y comercialización de alimentos, esta es una labor que se realiza paralelamente a otras actividades complementarias no agropecuarias como la construcción, servicios generales o “infinidad de ocupaciones” (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016). Esta situación no es particular del caso zipaquireño, este es un fenómeno que se ha identificado en América Latina desde la década de los años 80, cuando se dio una vinculación paulatina a actividades no agrarias,

³“Sistema de producción y organización gestionado y operado por mujeres, hombres familias y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas; que suelen complementarse con actividades no agropecuarias. Esta diversificación de actividades y medios de vida se realiza predominantemente a través de la gestión y el trabajo familiar, asociativo o comunitario, aunque también puede emplearse mano de obra contratada. El territorio y los actores que gestionan este sistema están estrechamente vinculados y co evolucionan combinando funciones económicas, sociales, ecológicas, políticas y culturales” (Ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2017).

debido a que estas representaban mayores ingresos para quienes residen en las zonas rurales. En los últimos años se ha convertido en habitual que por lo menos un integrante del grupo familiar, este afiliado a actividades económicas fuera de la granja y las zonas rurales, lo que ha permitido que muchos hogares puedan garantizar su subsistencia y continuar con las labores agrícolas (Gómez Pellón, 2015 & Cadavid et al., 2019 & Kay, 2009).

Esto se ha convertido en una situación frecuente, que ha llevado a considerar la pluriactividad como una característica de los pequeños productores, quienes la han establecido como un mecanismo para sobrevivir. Sin embargo, no todos estos empleos necesariamente se destacan por su calidad y productividad, pues muchos de estos son mal remunerados. A pesar de estas condiciones, estas actividades se han hecho cada vez más necesarias, pues representan mayor seguridad ante las actividades agrícolas, que le permite al productor seguir de forma paralela con el trabajo agrícola y permanecer en las zonas rurales, sin tener que migrar a las zonas urbanas a buscar mejores oportunidades (Kay, 2007 & Pérez, 2004). Si bien en la unidad familiar se desarrollan diversas actividades como complemento a la economía familiar, lo que pueden generar una situación asociada con procesos de desagrarización⁴ (Kay, 2009), en el caso particular de los participantes de Mercado Campesino de Zipaquirá, no se ha presentado un desapego a la producción agropecuaria.

Es precisamente la motivación que tienen los productores de Zipaquirá para seguir viviendo y laborando en el campo, lo que la administración municipal quiere aprovechar a través del programa de Mercado Campesino y contrarrestar el abandono de las labores del campo. El programa busca realizar acciones que reflejen los beneficios de producir en el campo, para ello trabaja en pro de la reducción del intermediario, los precios justos, el acercamiento entre lo rural y lo urbano y el fortalecimiento de un sistema agroalimentario sostenible (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017). Son incentivos que buscan operar desde el afianzamiento de las capacidades sociales, económicas y políticas de quienes practican este tipo de agricultura.

El abandono del campo por parte de muchas familias rurales, es algo de lo que los integrantes del programa de Mercado Campesino también son conscientes. Sea por uno u otro motivo, los temas económicos y de migración fueron los que en mayor medida llevaron a estas

⁴ El incremento de actividades económicas fuera de la finca o granja, que representan para las familias mayores ingresos que las actividades agrícolas, se entiende como el proceso de desagrarización (Kay, 2009).

personas a buscar nuevas ocupaciones y cuidar de sus familias, que terminaron por distanciarlos de las labores del campo. Sin embargo, los participantes del mercado consideran de gran importancia continuar con la labor de producir alimentos, que además sean “limpios”⁵. Una integrante del programa Mercados Campesinos considera que la persistencia de este oficio es algo que cada vez se ve menos, pues “[...] ya nadie hace el trabajo que uno hace, hoy en día ya nadie echa azadón, nadie sale a rociar, empezando por mis hijos [...] todavía se ve gente que le gusta trabajar el campo, pero son muy pocas personas” (entrevista participante 1 del programa Mercados Campesinos, 2017). Es a partir de estas personas que siguen interesadas en producir en el campo, que se busca fortalecer el programa Mercados Campesinos y motivar a otros productores a que se unan al programa.

Los productores que hacen parte del programa Mercados Campesinos, poseen predios que no gozan de mucha extensión, así que realizan una producción a pequeña escala, si bien no producen grandes cantidades de productos en simultáneo, si los suficientes para asistir cada martes al Mercado Campesino. Estas personas han producido siempre en predios de tamaño limitado, aprovechando los bienes y servicios que tienen a su alcance y se ha convertido en el espacio para aplicar sus conocimientos y crear nuevos. Aunque los productores parten con una base de técnicas y conocimientos, estos se van adaptando al contexto y necesidades del productor, como comentaba uno de los productores, quien se capacitó en el SENA sobre el tema de hortalizas y frutales hace 30 años, desde ese momento no ha realizado más estudios, puesto que considera que lo que ha aprendido en el SENA es suficiente y no requiere de más capacitaciones, porque lo importante está en poner en práctica lo aprendido (entrevista participante 2 del programa Mercados Campesinos, 2016).

El proceso de desarrollo de las prácticas de producción, se da en medio de la adaptación de conocimientos previos a las necesidades particulares que tienen los productores en ese momento y son reforzados con la práctica. Esta situación es algo común en todos los participantes del programa Mercados Campesinos que, desde su primer acercamiento a este oficio, han transitado por diversos métodos hasta llegar al que consideran favorable según sus necesidades inmediatas. En la búsqueda de un método de producción que se adapte a ellos, han probado practicas relacionadas con la agroindustria, el uso de químicos y prácticas consideradas como tradicionales. Elementos que,

⁵ Los productores califican sus productos como “limpios”, haciendo referencia al uso de técnicas libres de químicos.

junto a los precios de los insumos, la falta de oportunidades para incorporarse en el mercado y el crecimiento de un mercado que demandaba productos realizados con técnicas determinadas, han llevado a los productores a explorar un tipo de producción en la que ellos se sientan favorecidos. Así pues, los productores llegaron a adoptar un método de producción orgánico, que fuera saludable y amigable con el medio ambiente y generara mejores ingresos.

La transición de un modo de producir a otro se inició antes del ingreso al programa de Mercado Campesino, desde tiempo atrás los productores iniciaron una transición hacia una producción que ellos nombran como tradicional o limpia. Esta forma de trabajar la entienden como producir orgánico que, según ellos, se da gracias al respeto de los ciclos naturales de la tierra, el uso de recursos naturales de calidad y seguros, de los cuales se conozca su origen, como por ejemplo las fuentes hídricas que en su mayoría provienen de quebradas canalizadas por ellos mismos. Luego llevan a cabo técnicas de producción que se identifican por ser libres de químicos y solo hace uso de productos naturales en el momento de preparar la tierra y controlar las plagas, de esa manera se obtiene alimentos que se caracterizan por ser sanos, naturales y realizados con el mayor cuidado, para que no afecten la salud de nadie y se cuide el medio ambiente.

Así pues, los productores consideran que emplean técnicas de carácter orgánico, como dicen de manera general todos, un producto limpio es un producto orgánico. En medio del interés de ingresar al programa, autoidentificarse y definir su forma de producir así, media en el ingreso, puesto que la Alcaldía busca que en el programa de Mercados Campesinos se haga una venta exclusiva de productos agroecológicos La agroecología⁶, es usada en el programa, para determinar y comprender las prácticas productivas que emplean los productores (Concejo Municipal de Zipaquirá, 2020). Si bien desde la administración municipal se está hablando de poner en práctica la agroecología dentro del Mercado Campesino, se podría identificar esta solo desde lo relativo a una práctica, mientras que la agroecología considerada desde la ciencia o como movimiento no se percibe en este mercado.

Las prácticas de producción ejercidas por los productores, que son consideradas por la alcaldía y en esta investigación bajo parámetros orgánicos, no es del todo visible para los

⁶ La agroecología es entendida como una ciencia, una práctica y un movimiento, que se ocupa de la dimensión ecológica, social, cultural y económica del sistema alimentario, y propone una agricultura sostenible (Fernández et al., 2013 & Tello, 2011)

productores, puesto que ellos la llevan a cabo nombrándola como prácticas tradicionales o limpias, pero no hay una conexión inmediata para ellos entre lo que hacen y pensar que están ejerciendo una producción orgánica y alternativa al sistema tradicional. Sin embargo, sus acciones si demuestran que siguen los lineamientos de este tipo de producción entendiéndola como la eliminación de insumos químicos, el riego con aguas limpias durante el proceso de producción, además de que incluye aspectos de carácter ambiental y social (Roldán Rueda et al., 2016). Elementos que los productores tratan de cumplir a cabalidad, pues además de ser un requisito para hacer parte del programa, saben que de esto depende la calidad de sus productos que es el distintivo de los mismos. De este modo, no se estaría hablando de una imposición de prácticas productivas por parte del programa Mercados Campesinos, sino un espacio de acogida para quienes ejercen este tipo de prácticas productivas alternativas al sistema agroalimentario tradicional, que son apoyadas por el programa Mercados Campesinos. Esto permite ver que se está gestando simultáneamente y de forma interrelacionada, una transformación en las prácticas de producción y el surgimiento de propuestas de comercialización de carácter alternativo.

Al tener el propósito de alcanzar un producto bajo estos parámetros, han prestado atención a cada etapa, como la preparación de los terrenos que la realizan de forma natural, al no realizar monocultivos, sino una siembra por intervalos y de diversos productos. Aquí se inicia un trabajo donde la persona encargada de la parcela, en unos casos puede apoyarse de los miembros de la familia o contratar empleados, en este caso se conoció solo dos situaciones en las que se hace uso de mano de obra asalariada, pero no es de forma numerosa, porque sigue siendo la persona que se encarga de la parcela, en quien recae más labores, como lo mencionó una productora quien cree que la “[...] Mano de obra es difícil de conseguir [...] yo soy la única que siembro [...] tengo unas [empleadas] yo les pago por horas [...] yo las llamo solo cuando estoy en la huerta (Entrevista participante 3 del programa Mercados Campesinos, 2017), así mismo, sucede con otra productora que mencionaba [...] tengo un señor que me ayuda a arreglar la tierra y dos señoras que me ayudan los lunes a cosechar porque el trabajo es pesado [...]” (Entrevista participante 1 del programa Mercados Campesinos, 2017), mientras no están estas personas, ella junto a su hermana se encargan del trabajo restante, la mayor parte del tiempo.

Aparte de estos dos casos, los otros productores mantienen vigente la exclusividad del trabajo familiar, pues cuentan con la mano de obra suficiente para trabajar en la parcela y logran

organizar las actividades económicas que tienen fuera de esta, para que tengan el tiempo necesario para trabajar en ella y mantenerla en condiciones óptimas, uno de estos casos es el de un productor quien comentaba “[...] yo soy constructor también y así cuando no tengo nada en la construcción, entonces allá en la casa me dedico a eso[...].” (Entrevista participante 4 del programa Mercados Campesinos, 2016). A pesar de que este es un trabajo familiar, es claro que las decisiones sobre la parcela son tomadas por la persona encargada del núcleo familiar, quien resulta ser también, para este caso en particular, la persona que se ocupa del grupo familiar.

Es la persona encargada de tomar las decisiones sobre la parcela en la que recae la decisión de los productos que se cultivaran, teniendo en cuenta principalmente factores como las condiciones climáticas, el tamaño de la parcela y cuáles son los productos con más facilidad para vender. Inicialmente estos factores le dan al productor una idea de que puede cultivar, sin embargo, el factor determinante en la elección de lo que se va a producir, lo marca la demanda del producto. Esto ha sido un criterio que han tenido los productores, se puede decir que desde siempre, a pesar que han intentado innovar su oferta con productos que se ajusten a los medios con los que cuentan para producir, no ha sido algo fácil, puesto que no ha encontrado la forma de posicionarlos en el mercado, así lo comentó esta productora “si, porque si uno abre mercado para cosas nuevas la gente no la conoce, entonces no compra [o] poco la compra, son productos que poco se ven, entonces la gente no conoce, poco le llama la atención” (Entrevista participante 1 del programa Mercados Campesinos, 2017).

Como consecuencia, los productores eligieron voluntariamente cultivar hortalizas y aromáticas, ya que eran los productos con mayor demanda y así evitaban pérdidas económicas y de los productos. En consecuencia, se logró que el Mercado Campesino en la plaza de mercado sea el punto fijo para encontrar este tipo de productos, lo que les ha permitido a los productores vender su producto con fluidez, evitando que se genere mayor competencia entre los mismos productores al vender todos, un producto similar. El cual, sin falta esta todos los martes en la plaza de mercado, por lo cual, han logrado un trabajo de escalonamiento de los cultivos que les permite cada semana tener productos para comercializar. Esta es una técnica que han desarrollado a partir de su propia experiencia, a lo largo de los más de 10 años que han dedicado a este oficio.

Un oficio que no solo les ha permitido tener unos ingresos económicos, sino también se ha convertido en una fuente de alimento para el grupo familiar, puesto que una parte de lo producido

se destina al autoconsumo, lo cual se ha convertido en una motivación más para generar una producción “limpia” que sea sana y vele por su propia salud y por consiguiente la del consumidor. El autoconsumo también es una herramienta para garantizar la seguridad alimentaria de estas familias, pues “que [se] tenga el pancoger o el alimento diario [...] que se supla la falta de alimento en cada hogar campesino, en este caso es el suministro de huertas, el suministro de leche. Todo va encadenado a los proyectos productivos a esa normativa que es la seguridad alimentaria” (Entrevista al encargado del programa Programas Campesinos, 2016).

Estos beneficios y oportunidades que les ha conllevado producir bajo esta modalidad, no se darían por sí solas, si estas personas no contaran con un lugar en donde vender de forma segura sus productos y obtener una retribución justa, dado que para este grupo de productores tanto la fase de producción como de comercialización, son de gran importancia y están interconectadas. Es por esta razón que, al incrementarse los espacios que se centran en la comercialización de productos de origen orgánico, debido a la creciente demanda de estos, los productores se han visto motivados a continuar con su labor y a mantener este tipo de producción, puesto que tienen la seguridad de contar con un espacio en donde comercializar sus productos.

¿Cómo es comercializar en este mercado?

La plaza de mercado Villa de la Sal, es el lugar determinado por la Alcaldía Municipal para la comercialización de los productos provenientes del programa de Mercado Campesino. Allí, se encuentra delimitado un lugar que recibe el mismo nombre que el programa, en el cual se encuentran 60 puestos de venta, distribuidos entre los estantes con canastillas y pequeños espacios en los que los productores pueden acomodar sus productos.

Figura 5.

Mercado Campesino ubicado en la Plaza de Mercado Villa de la Sal



Este espacio se ha convertido, si no en el único lugar, si en el más importante para los productores en el momento de llevar a cabo la comercialización de sus productos. Estas personas, como se había mencionado anteriormente, han dedicado su vida a la producción de alimentos, sin embargo, ello no todos habían usado siempre la plaza de mercado como canal de comercialización.

En cuanto a las prácticas de comercialización, este grupo es bastante diverso, aun cuando todos son partícipes del Mercado Campesino, muchas personas hacen uso de otro tipo de canales de distribución al mismo tiempo. Más allá del canal de comercialización que eligen, este sigue siendo un proceso propio del grupo familiar, pues a pesar de las recomendaciones realizadas por la Alcaldía Municipal para crear una asociación, para facilitar los procesos que conlleva comercializar sus productos, bien sea dentro de Mercado Campesino o fuera de él, este esfuerzo no ha tenido frutos, como lo menciona el encargado del programa Mercados Campesinos.

“[...] es complicado [...] se pregunta ¿son capaces o serían capaces de liderar un proyecto productivo, en el caso de una cooperativa? [...] No tienen tiempo, no quieren, prefieren seguir trabajando individualmente. Entonces generar ese espacio de una cooperativa ha sido complicado, ha sido una lucha y ellos no quieren participar, por tiempo... por razones infinitas [...] cada uno es independiente [...] en una cooperativa que les va a ir mejor y parte de la premisa de que pueden conseguir más recursos por ser cooperativa, una asociación, pueden conseguir recursos, la gobernación les puede ayudar de otra manera. Pero no, la falta de

compromiso y hay personas que tienen el liderazgo, pero no los tienen muy en cuenta” (Entrevista al encargado del programa Mercados Campesinos, 2016).

En consecuencia, las asociaciones y las cooperativas dejan de ser una opción para realizar el proceso de comercialización de los productos. Estas personas han manifestado que están concentradas en trabajar con y para su grupo familiar, sin manifestar ninguna intención de conformar o ingresar a asociaciones o cooperativas. Ellos han escuchado las recomendaciones de la Alcaldía, sobre los beneficios de crear una asociación. No obstante, los productores consideran que inicialmente son espacios inestables, ya que dependen del compromiso de varias personas, las cuales no siempre lo tienen y afectan a los demás, luego existen otros casos en donde consideran que las cooperativas son espacios que solo benefician a unos y excluyen a otros sin importar que tanta dedicación le presten, finalmente son espacios que los productores consideran que demandan demasiado tiempo y dinero, los cuales no poseen. Estas percepciones negativas sobre las asociaciones son generalizadas en el grupo, no hay ningún participante que considere beneficioso la creación o participación en una.

Estas opiniones negativas sobre las asociaciones se han construido a partir de las malas experiencias que han tenido algunos productores a lo largo de su vida y que han servido para advertir a los otros de no hacer parte de estas. Se cree que las asociaciones captan el producto para comercializarlo y acaparan las ganancias, que no llegan en su totalidad a los productores, lo cual es percibido como retornar a la figura del intermediario, de la que tanto se quieren deshacer. Uno de los productores relataba cómo la experiencia de su suegra había servido para advertirle las desventajas de pertenecer a una asociación, pues el caso de su familiar le mostró cómo el esfuerzo de esta persona dentro de la asociación había sido perdido, pues al final no tuvo ninguna retribución, “[...] no le conviene a uno en el sentido de que, llegan y se unen [...] toca pagar una cuota moderadora, y después son otros los que se benefician, venden eso y que [...] supuestamente después les dicen que eso es para todos, únicamente son unos los que se benefician [...]” (Entrevista participante 2 del programa Mercados Campesinos, 2016).

Esto muestra que los asistentes al Mercado Campesino prefieren trabajar de forma familiar sin tener ataduras con una asociación, puesto que, “cada uno trae sus cosas y las vende, pero no, así de organizarse en una cooperativa ni nada no, no ha habido, cada uno vive independiente, trae independiente sus cosas y las vende” (Entrevista participante 1 del programa Mercados

Campesinos, 2017). Tanto así que, a pesar de que este espacio ha sido propicio para crear una relación de compañerismo entre ellos, en donde el trabajo en equipo ha sido más fuerte que una cabeza visible que esté por encima de los otros, no ha surgido la necesidad por parte de los participantes del programa Mercados Campesinos de crear una asociación o cooperativa entre ellos. Su cooperación se ha dado para estar entre todos, atentos a que la Alcaldía mantenga el espacio en óptimas condiciones y que los integrantes de este mercado, sean personas que realmente cumplan las condiciones para hacer parte de él y así todos estén en igualdad de condiciones.

Estas personas se han vinculado de forma estable al canal de comercialización de la plaza de mercado a través del programa de Mercado Campesino. Si bien muchos de ellos habían vendido anteriormente de forma esporádica en la plaza de mercado, no habían contado con un espacio establecido y constante. Esta seguridad que les brinda este espacio, ha generado que el canal de comercialización principal sea el programa de Mercado Campesino, el cual ha enfatizado su compromiso en la distribución de alimentos propios de la zona, producidos de forma saludable tanto para las personas como para el medio ambiente. En este mercado, como ya se había mencionado, cada productor tiene acceso a un puesto de venta, el cual solo puede ser atendido por el productor debido a las normas de funcionamiento de la plaza de mercado, independientemente de estas normas, la atención del puesto de mercado siempre recae en el encargado de la huerta.

Es esta misma persona, quien elige si es necesario hacer uso de canales alternativos de distribución y cuáles de estos. Un espacio paralelo de venta, bastante usado, es el propio hogar. Varios productores que tienen su hogar cerca de carreteras transitadas en las veredas, mencionaron que los fines de semana podían aprovechar el flujo de los transeúntes y ofrecer sus productos, mientras que otros se los vendían a sus vecinos, pues como se mencionó anteriormente, existen bastantes hogares rurales que no se dedican a la producción de alimentos.

Existen dos canales más de los cuales se conoció, sin embargo, no son tan usados como la venta en casa o en el mercado, por un lado, está una productora que al iniciar su proceso de comercialización se dedicaba a vender a domicilio, pero lo abandonó debido a que no surtió frutos. Así que cuando conoció del programa Mercados Campesinos decidió unirse a este y hacer de él su punto de venta principal, pero cuando rara vez tiene productos excedentes, para evitar la pérdida de los mismos, recurre a la venta por domicilio: “yo en la plaza le dedico desde las 5:45m a las 10:30am u 11am y ya me retiro de la plaza, lo que me queda acá pues hay una señora [...] pues yo

le traigo la lechuga [...] ahora voy se la llevo” (Entrevista participante 3 del programa Mercados Campesinos, 2017), de esta forma, al final del día tiene todo su producto vendido. Por otro lado, está el caso de un productor que se podría decir, es la persona con más puntos de venta, pues a pesar de que encuentra satisfactoria la venta en el Mercado Campesino, también comento que “vendo [...] aquí en Zipaquirá puerta a puerta, vendo en los almacenes de orgánicos en Bogotá y en Chía, vendo a restaurantes orgánicos en Bogotá y también tengo en Bogotá varios domicilios [...]” (Entrevista participante 5 del programa Mercados Campesinos, 2016).

A pesar de la diversidad de canales de comercialización de los que hacen uso, todos ellos se caracterizan por mantenerse dentro de un patrón de circuito corto. Los productos no tienen recorridos más allá del municipio, a excepción del productor que tiene puntos de venta fijos en Bogotá. Los trayectos normalmente se dan de la vereda al mercado, son realmente reducidos, así que se está desarrollando un comercio meramente local, además de tener una circulación dentro de un espacio corto, las personas que intervienen en este proceso son realmente reducidas, teniendo en cuenta que el productor es el mismo transportador, el comercializador y el mismo que se encarga de adjudicar los precios a sus productos. El tiempo en el que ellos han hecho parte de las dinámicas de comercialización de la plaza de mercado, aproximadamente un poco más de diez años, han sido ellos quienes han determinado el precio de su producto. Cada productor se ha basado en los precios que se pueden encontrar entre los comerciantes minoristas y mayoristas de la plaza de mercado, el carácter orgánico del producto y el esfuerzo puesto en la producción.

En cuanto a los precios, los productores consideran que siguen siendo bajos y no obtienen una retribución justa por un producto que ha sido realizado de forma orgánica. Ellos piensan que a pesar de que se están vendiendo los productos a bajo costo, debido a que no hay una figura de intermediario, no pueden arriesgarse a asignarles un costo más alto, debido a que no lo pagarían y terminarían perdiendo. En cuanto a este tema la inconformidad de los productores es amplia, pues existen opiniones como la del productor, quien opina que

“[...] algo que si no estoy de acuerdo, que aquí sacamos mercado bueno y prácticamente a mitad de precio en comparación con el otro lado de allá, aquí el mercado limpio y el mercado sucio es allá y el mercado de acá es a mitad de precio de lo que venden allá [...] y es que aquí lo que pasa es que la gente se enseñó a mal, que porque somos los campesinos [...] con los “campesinitos” entonces lo que nos

quieran dar [...] no valoran el producto [...] valoran la comida limpia, mas no monetariamente no están de acuerdo” (Entrevista participante 2 del programa Mercados Campesinos 2016).

Esta es una opinión similar a la que tiene esta productora que opina que

“pues acá nosotros más o menos nos ponemos de acuerdo con el precio, pero igual no es el precio que debiera de tener, yo nunca he estado conforme con eso porque por decir nosotros trabajamos con agua muy limpia, cosa que, por decir en Cajicá, en Cota no se ve eso, sin embargo, como pues acá no le dan el valor que es a las cosas” (Entrevista participante 1 del programa Mercados Campesinos, 2017).

Las prácticas de comercialización se han visto influenciadas por el Mercado Campesino, en tanto que este les permitió a los productores encontrar un lugar al cual recurrir y focalizarse en el momento de vender sus productos. Este mercado, en la mayoría de los casos, logro reducir a uno los canales de comercialización usados hasta el momento, gracias a que encontraron un espacio idóneo para la comercialización, ya que cuenta con una demanda constante y suficiente para todos los productores que asisten, demostrándoles que existe un espacio para vender productos con las características de los que producen.

5. Conclusión

En esta investigación se quiso dar cuenta del programa de Mercado Campesino, adelantado en el municipio de Zipaquirá, con el propósito de conocer acerca de su funcionamiento y características, cómo es gestionado por la Alcaldía Municipal y su impacto en los productores. Esto bajo el interés de conocer cómo estos espacios, que proponen prácticas alternativas a los mecanismos desarrollados por el SAG, se desarrollan en contextos locales y pueden influenciar las prácticas de producción y comercialización, dentro de él.

El Sistema Agroalimentario Global (SAG) y como se ha llegado a los Mercados Campesinos

En el siglo pasado, se dio un proceso de transformaciones en el medio rural que buscaba la modernización de la producción agraria. Sin embargo, esta transformación generó cambios a nivel económico, social y ambiental, que terminaron por afectar a la agricultura, haciéndola poco

rentable para algunos sectores y que perjudicara a quienes se dedican a ella (López, 2019). A pesar de esto, se consolidó un SAG en donde la producción y el consumo se convirtieron en un negocio y el alimento en una mercancía. Así se fue desarrollando un sistema agroalimentario que va más allá de fronteras físicas, y que tiene acceso a los recursos y a los mercados a nivel global (Delgado Cabeza, 2010). Lo que conllevó a que, en la actualidad, se esté presentando una crisis en el sistema alimentario.

A pesar de existir una gran producción de alimentos, estos no están disponibles para todos. Lo que ha llevado a destacar cómo el SAG está produciendo una inseguridad alimentaria, en el momento en donde más alimentos hay, ya que los alimentos están siendo usados para tareas ajenas a la alimentación de la población (Van der Ploeg, 2019). En este afán de producir, los recursos naturales se han resentido, puesto que es “altamente ineficiente desde un punto de vista ecológico, pues consume más recursos de los que genera, y desperdicia una gran parte de estos recursos por la ineficiencia en sus lógicas de distribución” (López García, 2015, pág. 23). Así mismo, se ha despojado a los pequeños productores de su derecho a decidir qué producir, cómo y cuándo. Cada vez más, se ven expuestos a peores condiciones de acceso a recursos naturales y a un trabajo digno, un hecho paradójico, cuando son este grupo de productores quienes se encargan de alimentar a gran parte de la población mundial. La agricultura a pequeña escala, está aportando a la alimentación de un tercio de la población mundial y está en la capacidad de alimentar a todo el mundo, sin embargo, estos alimentos se están desperdiciando y existe un gran índice de personas que pasan hambre, entre estas sus principales productores (Van der Ploeg, 2019).

Así pues, tanto la sociedad civil, como los gobiernos y las empresas, han tomado consciencia sobre la situación que se está presentando y la importancia de la agricultura a pequeña escala, así que han planteado propuestas para fortalecer y hacer de esta una labor segura. Se están construyendo “nuevos mercados, [pues] muchos agricultores y productores campesinos ofrecen resistencia a las tendencias a la marginalización que les imponen los imperios alimentarios” (Van der Ploeg, 2019, pág. 182). De estas propuestas que están surgiendo, muchas de ellas están encaminadas bajo los preceptos de la soberanía alimentaria, que es un mecanismo de defensa de los pequeños productores frente a aquellas estrategias políticas y económicas que perjudican a los productores, al medio ambiente y a la población en general al no poder acceder a alimentos de calidad, que pone en vilo el derecho a la alimentación. La soberanía alimentaria, descarta

considerar a los alimentos como mercancía y plantean que todos los procesos que se dan alrededor de los alimentos, a lo largo de la cadena agroalimentaria deben darse de forma sustentable, respetando la diversidad y las características de cada cultura (Campos, 2016).

Bajo este afán de crear una alternativa a las imposiciones del SAG, han surgido propuestas diversas para alcanzar este fin, pero tratando de abarcar siempre gran parte de las problemáticas que se desarrollan dentro del sistema alimentario. Entre estas, se puede encontrar la propuesta de Mercados Campesinos, que busca limitar el control que ejerce el capital sobre la sociedad, la naturaleza y los procesos relacionados con la alimentación, además de recobrar el valor de la producción agraria como una forma digna de ganarse la vida (Van der Ploeg, 2019). Este tipo de mercado se caracteriza por “[...] los niveles de precios, la distribución del valor añadido, la calidad de los productos y servicios suministrados, su origen, los recursos y las técnicas utilizadas para producirlos, la accesibilidad, los actores participantes y sus interrelaciones” (Van der Ploeg, 2019, pág. 183).

La idea de este tipo de mercado se ha difundido y hecho presente en diversos contextos, amoldándose a los intereses de cada población. En consecuencia, no se habla de un modelo único de Mercados Campesinos, lo que lleva a que su comprensión se presente según el contexto desde el cual se observa este fenómeno. Para ello se debe comprender a partir del conocimiento de quienes participan en él, qué representan estos espacios para estas personas, a qué problemáticas busca dar respuesta, qué incentiva su creación y qué favorece su permanencia.

En esta investigación se buscó comprender precisamente esta propuesta de Mercados Campesinos de Zipaquirá, como un programa gubernamental de apoyo al pequeño y mediano productor, que se ven afectados por las dinámicas del SAG, por medio del desarrollo de prácticas alternativas al sistema mencionado. El tema de mercados campesinos, permite comprender si existen efectos concretos sobre quienes participan en él, que generen acciones diferentes dentro del proceso alimentario, que permitan encontrar una alternativa al SAG.

Principales hallazgos de esta investigación

Se encontró que Zipaquirá es un municipio con grandes extensiones rurales, que poseen diferentes usos, entre estos la producción agrícola y la agroindustria y se caracteriza por su

vocación agrícola. Es por esta razón que a lo largo de los años las administraciones municipales se han enfocado en explotar esta capacidad y fortalecerla. Es de esta manera que la producción agropecuaria se ha convertido en uno de los focos del desarrollo económico del municipio. El fortalecimiento de esta actividad también se ha dado en vista de posicionar a Zipaquirá como una economía fuerte dentro de la provincia de Sabana Centro, que sea competitiva desde un nivel regional hasta el nacional.

Este posicionamiento se ha buscado desde el sector agropecuario, que hace parte de las dos actividades económicas que poseen más de la mitad de las unidades productivas del municipio. No es de extrañar que la actividad agropecuaria sea tan importante, puesto que, el municipio es rico en recursos naturales y cuenta con una gran extensión de suelo para estas actividades de producción agrícola, sin embargo, su reconocimiento se ha concentrado en pocos productos, entre los que destacan la papa, la zanahoria, la alverja y la producción de leche. Actividades que se realizan bajo los parámetros de la agroindustria y se concentran en medianos y grandes productores.

La administración municipal ha querido trabajar en el desarrollo rural del municipio, desde diferentes puntos, como la diversificación de la vocación agrícola, el uso de recursos endógenos, el cuidado del medio ambiente, el acercamiento entre lo rural y lo urbano, proyectos productivos sostenibles y el impulso al empleo en la zona rural, elementos que puedan encaminar a la implementación de programas que dinamicen tanto social como económicamente al campo zipaquireño. Entre estos programas se encuentra la propuesta de Mercados Campesinos que se ha estado construyendo en el municipio desde el Programa de Gobierno de 2012 a 2015, con el propósito de beneficiar a productores a pequeña escala o pequeños productores, que cuentan con una propiedad apta para desarrollar actividades agrícolas. De esta forma permitir a estos productores hacer parte de la economía rural del municipio, mientras se le aseguran condiciones óptimas de vida.

El programa de Mercados Campesinos se ha constituido como un canal de comercialización, que va de la mano con otros proyectos productivos, especialmente el de huertas caseras. Al día de hoy, es evidente que este programa ha logrado situarse como uno de los proyectos más relevantes para el municipio, puesto que, desde las primeras apariciones del Mercado Campesino, este ha hecho parte de cada plan de desarrollo municipal y ha sido tomado en cuenta en las iniciativas de la Secretaria de Desarrollo Económico. Esto ha permitido que Mercados

Campesinos pasara de ser un espacio no identificado en la plaza de mercado, a un programa de la Secretaria de Desarrollo Económico que cuenta con un espacio demarcado y organizado dentro de la plaza, que cuenta con recursos del Fondo de Desarrollo Rural, creado hace poco tiempo y a que el Concejo Municipal institucionalizará esta estrategia.

Estos son logros que se alcanzaron, porque a través de la experiencia se constató que el mercado era visitado cada martes de forma continua, que productos como las hortalizas eran más vendidos en este sector, que en los otros puestos de venta de la plaza de mercado y que como canal de comercialización estaba prestando ayuda a aproximadamente 50 familias. Elementos que paulatinamente han fortalecido al mercado y que les han demostrado a los participantes del mismo que es un espacio seguro de venta, lo que ha servido para que otros productores se animen a hacer parte de él. No obstante, medir el impacto que ha tenido Mercados Campesinos sobre todo el municipio y todos los pequeños productores de dicho mercado, es una tarea pendiente que tiene el gobierno municipal. En la formulación del acuerdo se indicó la necesidad de realizar estudios que den a conocer cuáles han sido los impactos de este programa en diversas temáticas, como la social, medio ambiental, económica y cultural, que son los diversos asuntos que este programa busca abarcar, y de los cuales no se tienen datos.

Si bien no hay una medición exacta o a profundidad sobre la incidencia de Mercados Campesinos, el gobierno municipal ha tomado como logro que con los años aumenten los productores inscritos en el programa, así que, se plantea aumentar estas cifras con el propósito de brindarles a los productores la oportunidad de hacer parte del mercado y tener una ganancia justa por su producto, que reconozca tanto el valor de su trabajo como el del producto. Que este mercado pueda salir de la plaza de mercado y situarse ocasionalmente en los parques de los diferentes barrios del municipio, es otra meta, con la que pretenden acercar el campo a la ciudad y fomentar la demanda de productos provenientes de este mercado, para que los productores puedan aumentar sus ingresos y vivir dignamente.

Los productores son conscientes que pertenecer a Mercados Campesinos y la forma en que producen, los hacen ser diferentes a los vendedores minoristas y mayoristas que se ubican en la plaza y sus productos son diferentes a los que se pueden encontrar en un supermercado de verduras, aspectos que han permitido que sus productos cuenten con un valor agregado y sigan vendiéndose para darles a ellos un ingreso mínimo y hacer de esta, una labor sustentable. Esto se ha logrado

porque ellos han mantenido una forma de producir que se puede entender desde la agricultura familiar y agroecológica, que les ha posibilitado en predios con un tamaño limitado, producir alimentos, tanto para su autoabastecimiento, como para la comercialización. Sus prácticas no han sufrido una transformación radical, se han adecuando a los medios con los que cuentan y a las demandas del mercado.

Así llegaron a una producción de alimentos orgánicos o “limpios”, que requiere de técnicas amigables con el medio ambiente, que ayuda a proteger recursos como el agua y la tierra y deja de lado químicos innecesarios y contaminantes, unas prácticas que ellos fueron consolidando y luego la alcaldía fortaleció a través de asistencia técnica. Estos métodos les dan la seguridad de que están haciendo un producto saludable que no los enfermará a ellos o a quienes se los vendan, y que se mantendrá un suministro constante y diverso de productos. Por ello, los productores a cambio de abandonar estas prácticas por algo más productivo o rentable en términos económicos, se han esforzado en mantener estas prácticas y demostrar la importancia y necesidad de producir de esta manera y resaltar la relevancia de su papel en el campo. Sus acciones han permitido mantener un abastecimiento de alimentos continuo y cercano para el municipio y para ellos mismos, aportando así a la seguridad alimentaria local, además de contar con la oportunidad de encargarse ellos mismos de etapas de la cadena agroalimentaria como la producción y comercialización, ejerciendo de esta forma la soberanía alimentaria.

Consideraciones finales

En el trayecto de esta investigación, se pudo conocer que el programa de Mercados Campesinos efectivamente está dirigido al grupo de pequeños y medianos productores del municipio. Es un grupo que desarrolla prácticas de producción y comercialización semejantes. En cuanto a la producción, todos poseen predios de hasta 2 UAF, que en su mayoría es el mismo espacio en el que viven, realizan una producción guiada a la agricultura diversificada de hortalizas, más que a actividades pecuarias. Las decisiones que toman sobre sus hábitos de producción se basan en la reflexión constante de que los recursos que tienen a su disposición. La forma de administrar la unidad productiva se concentra en el grupo familiar, es allí en donde se toman las decisiones sobre su administración y solo se recurre a terceros en momentos concretos, en donde el grupo familiar necesita de ayuda, estos momentos suelen ser la preparación de la tierra y la cosecha.

En cuanto a las prácticas de comercialización, el programa de Mercados Campesinos tuvo un gran impacto en los participantes. Este grupo de personas habían recurrido a diversos canales de venta como los domicilios a restaurantes o conocidos, la venta a vecinos y los fines de semana a transeúntes en las carreteras aledañas a sus hogares. El programa sirvió para formalizar un canal de venta, que concentrara los esfuerzos de los productores. Lo cual les permitió encontrar un único espacio en donde es posible vender todo su producido, sin tener que ir de un lado a otro con la incertidumbre de si lograrían la meta de venta. Esto permite resaltar que, los productores realizan todas estas actividades ellos mismos o con el apoyo del grupo familiar, no consideran necesario o conveniente apoyarse en una cooperativa o asociación, ni en los mismos compañeros del programa.

Los esfuerzos de la Alcaldía para motivar la creación de una asociación entre los participantes del programa o su inclusión a una ya existente, no ha rendido frutos, pues los productores insisten en trabajar por su cuenta, lo único que reciben de la Alcaldía es la asistencia técnica que les brindan y la oportunidad de participar en dinámicas comerciales, por medio de Mercados Campesinos.

Esto permitió ver, que este proyecto se ha interesado en beneficiar a las zonas rurales, si bien desde una perspectiva económica, también lo ha hecho reconociendo que fortalecer el campo también se logra haciéndolo desde quienes lo habitan. Sin embargo, esta es una visión que los productores consideran que está un poco lejos de ser realidad, pues creen que siguen siendo vistos como “los campesinitos”, como mencionaba un productor. Ellos creen que el sector rural y quienes lo habitan, sigue siendo un ámbito olvidado del gobierno, por eso ellos mismos son quienes deben encontrar recursos y herramientas para salir adelante y que a pesar de pertenecer al programa de Mercados Campesinos, falta mucho más para que ellos puedan seguir habitando en el campo, haciendo de la producción su labor económica principal y puedan participar dentro del mercado alimenticio en condiciones justas.

Si bien hay aspectos a mejorar frente a la situación del campo zipaquireño, cabe resaltar que esta iniciativa de Mercados Campesinos ha tenido gran aceptación y le ha mostrado a los ciudadanos una forma alternativa de comercializar los productos, en donde se está beneficiando directamente al productor, ya que se logró eliminar en este espacio la figura del intermediario y ha permitido hablar de circuitos cortos de comercialización, mostrando que los productos que se están

vendiendo allí, provienen del mismo municipio y así resaltar las fortalezas y beneficios, aprendiendo a valorar lo local.

Bibliografía

Alcaldía de Zipaquirá. (2008). Plan de desarrollo 2008 - 2011. Zipaquirá: Alcaldía de Zipaquirá.

Alcaldía de Zipaquirá. (2010). Perfil epidemiológico 2010. Zipaquirá: Alcaldía de Zipaquirá.

Alcaldía de Zipaquirá. (2012). Plan de desarrollo 2012 - 2015. Zipaquirá: Alcaldía de Zipaquirá.

Alcaldía de Zipaquirá. (2016). Plan de desarrollo 2016-2019. Zipaquirá: Alcaldía de Zipaquirá.

Alcaldía municipal de Zipaquirá. (2012). Diagnostico plan de desarrollo. Zipaquirá: Alcaldía municipal de Zipaquirá.

Alcaldía municipal de Zipaquirá. (2016). Diagnóstico plan de desarrollo 2016-2019. Zipaquirá nuestra. Zipaquirá: Alcaldía municipal de Zipaquirá.

Arvizu Barrón, E., Mayett Moreno, Y., Martínez Flores, J. L., & Olivares Benítez, E. (2015). Mercados rurales agrícolas de Huixcolotla y Zacapoaxtla, Puebla: Potencial para el desarrollo económico regional. *Revista Global de Negocios*, 71-82.

Balcázar Nava, P., González López, N. I., Gurrola Peña, G. M., & Moysén Chimal, A. (2013). Investigación cualitativa. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.

Barone, M., & Frederico, S. (2015). La ciudad brasileña del Comercio Justo: una experiencia pionera en Poços de Caldas. *EUTOPIA*, 59-73.

Barriga Velásquez, L. E. (2016). Redes alimentarias alternativas, contribución a la reconexión del consumidor con la alimentación. Madrid: IPDRS.

Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial. Montevideo: Universidad de la República.

Biermayr-Jenzan, P. (2016). Género y sistemas agroalimentarios sostenibles. Estudios de caso: yuca, quinua, maíz y algodón. Santiago: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Cadavid, M., Álvarez, L., Quintero, D., Martínez, X., & Martínez, A. (2019). Redes alimentarias alternativas de Medellín y el Oriente de Antioquia: espacios de construcción de confianza. *Perspectivas en nutrición humana*, 53-69.

Calisto Friant, M. (2016). Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 215-240.

Cámara de comercio de Bogotá. (2005). Plan económico para la competitividad. Bogotá: Cámara de comercio de Bogotá.

Cámara de comercio de Bogotá. (2010). Plan económico para la competitividad del municipio de Zipaquirá 2009 - 2019. Bogotá: Cámara de comercio de Bogotá.

Campos, T. (2016). Soberanía alimentaria en América Latina. Propuestas agroecológicas para su aplicación. En M.-C. Renard Hubert, *Mercados y desarrollo local sustentable* (págs. 257-276). Ciudad de México: Red de Sistemas Agroalimentarios Localizados (Red Sial-México).

CEPAL. (2014). Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Concejo Municipal de Zipaquirá. (2020). Acuerdo No 17. Por el cual se institucionaliza la estrategia de los mercados campesinos del municipio de Zipaquirá; y se dictan otras disposiciones. Zipaquirá: Alcaldía Municipal de Zipaquirá.

Concejo Municipal de Zipaquirá. (2018). Acuerdo 09 de 2018. Por el cual se formula y adopta la política pública de seguridad alimentaria y nutricional de Zipaquirá (PPSANZ) y se dictan otras disposiciones. Zipaquirá: Alcaldía Municipal de Zipaquirá.

Craviotti, C. (2021). Circuitos cortos de comercialización. En A. Salomón, & J. Muzlera, *Diccionario del agro iberoamericano* (págs. 277-280). Buenos Aires: TeseoPress Design.

Delgado Cabeza, M. (2010). El Sistema agroalimentario globalizado: Imperios alimentarios y degradación social y ecológica. *Revista de Economía Crítica*, 32-61.

Durand Guevara, A. (2016). Estudios sociológicos sobre los movimientos sociales: enfoques teóricos, problemática y agendas de investigación. *Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología*, 5-16.

FAO. (2012). *En buenos términos con la terminología, seguridad alimentaria*, Roma: FAO.

Fernández, M., Goodall, K., Richards, M., & Méndez, E. (2013). Agroecología y movimientos agroalimentarios alternativos en los Estados Unidos: Hacia un sistema agroalimentario sostenible. *Agroecología*, 81-88.

Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces.

Galeano Marín, M. E. (2004). *Estrategias de investigación social y cualitativa. El giro en la mirada*. Medellín: La Carreta Editores.

Gómez Pellón, E. (2015). Aspectos teóricos de las nuevas ruralidades latinoamericanas. *Gazeta de Antropología*.

González, A. A. (2011). Mercados alternativos locales frente al sistema agroalimentario global. *Revista líder*, 39-56.

Gravante, T. (2020). Activismo alimentario y prefiguración política: las experiencias de las redes alternativas alimentarias en la ciudad de México. *Culturas contemporáneas*, 11-28.

Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Guirado, C., Tulla, A., Valldeperas, N., & Vera, A. (2017). La Agricultura Social en Cataluña: una alternativa de desarrollo local sostenible frente a la crisis económica y social. *Revista de Geografía e Ordenamiento do Território (GOT)*, 189-213.

Hernández Morales, C. J., & Renard, M.-C. (2018). Análisis comparativo de tres redes agroalimentarias alternativas en México y Canadá. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, 40-68.

Hernández Moreno, M. d., & Villaseñor Medina, A. (2014). La calidad en el sistema agroalimentario globalizado. *Revista Mexicana de Sociología*, 557-582.

Holt-Giménez, E., & Shattuck, A. (2013). ¡Movimientos alimentarios uníos! Es posible crear un nuevo sistema alimentario. En E. Holt-Giménez, *Movimientos alimentarios uníos: estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios* (págs. 301-310). Bogotá: ILSA.

Jiménez Montero, M. d., & Ramírez Juárez, J. (2010). La acción colectiva y los movimientos sociales campesinos en América Latina. *Interciencia*, 704-708.

Johns Hopkins University; The Global Alliance for Improved Nutrition. (2 de abril de 2021). El tablero de sistemas alimentarios. Alianza Global para la Mejora de la Nutrición (GAIN) y la Universidad Johns Hopkins. Obtenido de El tablero de sistemas alimentarios.: <https://www.foodsystemsdashboard.org>.

Kalmanovitz, S., & López Enciso, E. (2006). La agricultura colombiana en el siglo XX. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Kay, C. (2007). Algunas reflexiones sobre los estudios rurales en América Latina. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 31-50.

Kay, C. (2009). Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad? *Revista Mexicana de Sociología*, 607-645.

La Vía Campesina. (7 de abril de 2021). Que es la Soberanía Alimentaria. La Vía Campesina. Obtenido de La Vía Campesina. Movimiento campesino internacional.: <https://viacampesina.org/es/que-es-la-soberania-alimentaria/>

Laguna, P., Cáceres, Z., & Carimentrand, A. (2006). Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global: coordinación y estructuras de gobernación en la cadena de. *Agroalimentaria*, 65-76.

Llambi, L. (2012). Procesos de transformación de los territorios rurales latinoamericanos: los retos de la interdisciplinariedad. *EUTOPIA*, 117-134.

López García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Amasando la realidad*, 20-24.

López García, D. (2015). Producir alimentos, reproducir comunidad Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transición social y ecológica. Madrid: Libros en Acción.

Mauleón, J. R. (2011). Mercados de Agricultores en España: diagnóstico y propuesta de actuación. *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 53-82.

McMichael, P. (1991). Alimentos, el Estado y la economía mundial. *Revista Internacional de Sociología sobre agricultura y alimentos*, 86-102.

NYÉLÉNI. (7 de abril de 2021). DECLARACIÓN DE NYÉLÉNI. Obtenido de NYÉLÉNI. ORG: <https://nyeleni.org/IMG/pdf/DeclNyeleni-es.pdf>

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (2010). *El derecho a la alimentación adecuada*. Ginebra: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.

Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2017). *Reflexiones sobre el sistema alimentario y perspectivas para alcanzar su sostenibilidad en América Latina y el Caribe*. Santiago: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Ordóñez Gómez, F. (2011). *Abriendo surcos, cosechando semillas: Alternativas al sistema agroalimentario actual desde la agroecología y la soberanía alimentaria Experiencia de la Fundación San Isidro de Duitama*. Bogotá: Fundación San Isidro.

Ordóñez Gómez, F. (2013). *Luchas campesinas y soberanía alimentaria en Colombia*. En E. Holt Giménez, *¡Movimientos alimentarios uníos!: estrategias para transformar nuestros sistemas* (págs. 122- 136). Bogotá: ILSA.

Ordóñez, F. (2014). *Colombia y el régimen alimentario corporativo. Perspectivas para 2014*. *Revista izquierda*, 42-47.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (2021). *Agricultura Familiar y Circuitos Cortos: experiencias organizativas en Colombia y Brasil*. Bogotá: FAO.

Parrado Barbosa, Á. (2014). *Cuadernos de Mercados Campesinos. Cuaderno No. 2*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Parrado Barbosa, Á., & Molina Ochoa, J. P. (2014). *Mercados Campesinos: Modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Pérez, E. (2004). *El mundo rural latinoamericano y la nueva ruralidad*. *Nómadas*, 180-193.

Reina Usuga, L., De Haro Giménez, T., & Parra López, C. (2016). Los canales cortos de comercialización: Explorando los mercados campesinos para dinamizar la soberanía alimentaria. *Comercio Justo y Soberanía alimentaria*, 30-33.

Rodríguez Muñoz, F. B. (2010). Regímenes, sistema y crisis agroalimentaria. *ILSA*, 45-74.

Rodríguez Sabiote, C., Lorenzo Quiles, O., & Herrera Torres, L. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 133-154.

Roldán Rueda, H. N., Gracia, M. A., & Mier y Terán, M. (2018). Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 1-17.

Roldán Rueda, H. N., Gracia, M. A., Santana, M. E., Horbath, & Enrique, J. (2016). Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas. *Polis, Revista Latinoamericana*, 581-605.

Rosset, P. M., & Martínez Torres, M. E. (2016). Agroecología, territorio, recampesinización y movimientos sociales. *Estudios Sociales*, 275-299.

Sánchez Hernández, J. L. (2009). Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española. *Boletín de la asociación española de geografía*, 185-207.

Tello, J. (2011). Agricultura familiar agroecológica campesina en la comunidad andina. Una opción para mejorar la seguridad alimentaria y conservar la biodiversidad. Lima: Secretaría General de la Comunidad Andina.

TerriData. Sistema de estadísticas Territoriales. (29 de noviembre de 2021). Fichas y tableros: TerriData. Obtenido de TerriData. Sistema de estadísticas Territoriales: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/25899>.

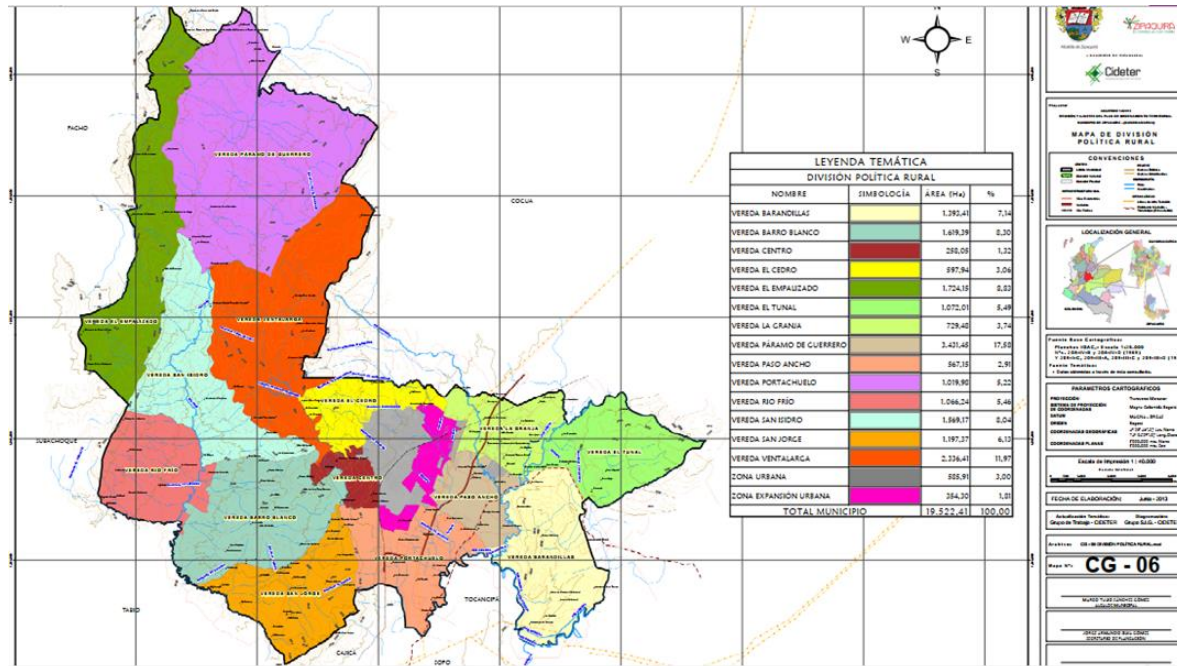
Teubal, M. (2001). Globalización y nueva ruralidad en América Latina. En N. Giarracca, ¿Una nueva ruralidad en América Latina? (págs. 45-65). Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Van Der Ploeg, J. D. (2010). Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios. Barcelona: Icaria Editorial.

Van Der Ploeg, J. D. (2019). Imperios alimentarios, soberanía alimentaria y luchas sociales. Revista latinoamericana de estudios rurales, 165-187.

Anexo 2.

División política rural.



Anexo 3.

Subdivisión municipal - Zipaquirá

