

Mercado campesino en la economía de familias campesinas del municipio de Chinchiná-Caldas

Manuela García Castaño

Lorena Silva Henao

Especialización en Gerencia de Proyectos, Corporación Universitaria Minuto De Dios - UNIMINUTO

Tesis para acceder al título de Especialistas en Gerencia de Proyectos

Asesora

PhD Olga Lucía Duque Carvajal

Agosto de 2023

Tabla de contenido

Resumen.....	5
Abstract.....	6
Introducción.....	7
Formulación del Problema.....	9
Pregunta de Investigación.....	11
Objetivos	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos.....	12
Justificación de la Investigación.....	13
Limitaciones.....	15
Marco Referencial.....	17
Marco Teórico.....	17
Teoría del desarrollo económico.....	19
Paradigma de la Economía Dual.....	20
Marco Conceptual.....	20
Mercado campesino.....	21
Agricultura sostenible.....	21
Desarrollo rural.....	21
Comercio justo.....	22
Familias campesinas.....	22
Participación de las familias campesinas.....	22
Agricultura familiar.....	23
Seguridad alimentaria.....	23
Economía campesina.....	24
Economía local.....	24
Incidencia económica.....	25
Desarrollo económico local.....	25
Sostenibilidad económica.....	25
Marco Legal.....	26
Ley 2183 del 2022.....	27
Plan de Desarrollo 2022-2026.....	27
Objetivo de Desarrollo Sostenible número 2.....	28
Constitución Política de Colombia.....	28
Ley 160 de 1994.....	29
Ley 811 de 2003.....	29
Ley 464 de 2017.....	30
Ley 1480 de 2011.....	30
Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia.....	31
Programa de Desarrollo Rural Integrado.....	31
Plan de Desarrollo del Municipio de Chinchiná 2020-2023 "CONSTRUYENDO REALIDADES".....	32
Antecedentes de la Investigación	34

Mercado campesino Guasca 2008-2018.....	34
Análisis mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad para población rural colombiana....	36
Tendencia y alcances teóricos comercio justo caso Villavicencio.....	37
Construcción social concepto de calidad desde actores de comercialización de frutas: experiencia mercados campesinos, Bogotá.....	38
La agricultura familiar agroecológica.....	39
Beneficios, retos del comercio justo: Los casos de Colombia y República Dominicana.....	40
Seguridad alimentaria en América Latina.....	41
Enfoque territorial, análisis de la ruralidad: Alcances, límites para diseño de políticas desarrollo rural innovadoras en América Latina y el Caribe.....	43
Perfil comprador, percepción respecto a las frutas y hortalizas que se ofrecen en los mercados campesinos en la ciudad de Bogotá.....	44
Rol de actores en mercados locales y campesinos de Colombia y México.....	45
¿Estrategia de implementación de soberanía alimentaria? Mercados campesinos, Caso en Cundinamarca.....	46
Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Girardot - Cundinamarca.....	48
Vínculos entre Movimientos Sociales, Políticas Públicas y Mercados Agrícolas Familiares en Chile.....	49
Dinámica y Desafíos del Mercado Campesino COOPMERCASAN en Florencia, Caquetá.....	51
Influencia de la Economía Rural en Colombia.....	52
Seguridad Alimentaria: Revisión Sistemática y Análisis No Convencional.....	53
Agroecología y Soberanía Alimentaria: Perspectivas para el Debate hacia una Agricultura Sostenible.	54
Agricultura Sostenible y Resiliente en América Latina y el Caribe: Análisis de Transformaciones Exitosas	55
Mercado Campesino y Relaciones Institucionales en Ibagué, Colombia.....	57
Sistema Participativo de Garantías (SPG) en Territorios Cafeteros Rurales del Cauca, Colombia.....	58
Asociatividad: Estrategia para Mercados Campesinos y Desarrollo Rural.....	60
Sistematización de Circuito Corto de Comercialización: Estudio de Caso en Tibasosa, Boyacá.....	61
Sistema de Supuestos.....	64
Sistemas de categorías.....	65
Marco Metodológico.....	65
Diseño de la Investigación.....	67
Investigación descriptiva.....	67
Enfoque de Investigación.....	68
Población.....	70
Muestra.....	72
Muestreo.....	73
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	75
Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	77
Análisis de la información.....	78
Análisis Demográfico.....	78
Análisis de Contenido.....	82
Análisis de la Observación.....	1
Resultados.....	1
Triangulación de la Información.....	1

Aspectos Administrativos.....	1
Recursos Necesarios.....	1
Recursos Materiales.....	1
Personal de investigación.....	1
Cronograma de Actividades.....	1
Conclusiones.....	1
Bibliografía.....	1
Anexos.....	1
Anexo 1. Consentimiento informado.....	1
Anexo 2. Guía de preguntas.....	1
Anexo 3. Guía de observación.....	1
Anexo 1. Consentimiento Informado.....	1
Anexo 2. Guía de preguntas.....	1
Anexo 3. Guía de Observación.....	1

Resumen

La investigación se enfocó en analizar la relevancia del mercado campesino en la economía de familias campesinas de Chinchiná-Caldas, una región con producción agrícola, que enfrenta desafíos debido a la competencia de supermercados. La economía local e identidad cultural dependen en gran medida de la agricultura, especialmente café y cítricos. Sin embargo, la llegada de supermercados ha afectado la demanda de productos campesinos, amenazando su desarrollo económico y cultural. La pregunta de investigación fue ¿Cuál es la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023?, esta se alineó con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N° 2 Hambre Cero, toda vez que el mercado campesino desempeña un papel crucial en la consecución del objetivo al proporcionar un canal directo para que las familias campesinas vendan sus productos agrícolas y generen ingresos.

El enfoque de Investigación-Acción y métodos como observación participante y entrevista permitieron recopilar datos cualitativos. Se utilizó el muestreo por cuotas para seleccionar una muestra representativa de familias campesinas en diferentes veredas. Los resultados mostraron interconexión entre mercados campesinos, economía local e identidad cultural; además la importancia de la participación de las mujeres y su empoderamiento destacó de forma paralela al impacto del mercado en las familias y la comunidad en general. Así, esta investigación proporciona una comprensión de la relevancia del mercado campesino en la economía local y su papel en el desarrollo sostenible de Chinchiná.

Palabras Clave: Campesinos, Mercados Campesinos, Desarrollo, Familias, Rural.

Abstract

The research focused on analyzing the relevance of the farmer's market in the economy of rural families in Chinchiná-Caldas, a region with agricultural production that faces challenges due to supermarket competition. The local economy and cultural identity largely depend on agriculture, especially coffee and citrus fruits. However, the arrival of supermarkets has affected the demand for farmer's products, threatening their economic and cultural development. The research question was, "What is the importance of the farmer's market in the economy of rural families in the El Trébol, La Quebra, and La Floresta hamlets of the municipality of Chinchiná-Caldas in the first semester of 2023?" This was aligned with Sustainable Development Goal No. 2 Zero Hunger, as the farmer's market plays a crucial role in achieving the goal by providing a direct channel for rural families to sell their agricultural products and generate income.

The Action-Research approach and methods such as participant observation and interviews allowed for the collection of qualitative data. Quota sampling was used to select a representative sample of rural families in different hamlets. The results demonstrated an interconnection between farmer's markets, the local economy, and cultural identity. Additionally, the importance of women's participation and empowerment emerged parallel to the market's impact on families and the community at large. Thus, this research provides an understanding of the significance of the farmer's market in the local economy and its role in the sustainable development of Chinchiná.

Keywords: Farmers, Farmers Markets, Development, Families, Rural.

Introducción

El presente estudio se enfocó en un tema crucial para las familias campesinas en las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta, ubicadas en el municipio de Chinchiná, Caldas. Este trabajo no se limitó a describir la realidad social, sino que adoptó un enfoque de Investigación-Acción para activamente mejorar la situación estudiada. Durante el primer semestre de 2023, se emplearon métodos cualitativos para una exploración profunda de cómo los mercados campesinos impactan la economía y la vida en estas comunidades rurales. La Investigación-Acción sirvió como puente con los actores locales, incluyendo familias campesinas y líderes comunitarios, buscando no solo comprender la realidad, sino también catalizar mejoras participativas. El objetivo central de este estudio fue analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio mediante la información de entes gubernamentales y población rural del municipio.

La investigación se divide en 11 capítulos que abordan temas como la Justificación de la Investigación, explicando el motivo de la investigación; Limitaciones, anticipando desafíos potenciales; el marco referencial que proporciona la teoría orientadora, incluyendo un paradigma que contrasta la economía subdesarrollada con la tradicional. También se presentan conceptos basados en categorías principales y la normatividad relacionada con la población campesina, en el centro del estudio. Los Antecedentes de la Investigación se basan en investigaciones nacionales e internacionales de los últimos cinco años, identificando buenas prácticas y estableciendo colaboraciones para promover el desarrollo sostenible y la agricultura familiar. Los Supuestos definen el contexto que rodea la importancia de los mercados campesinos en las veredas seleccionadas, presentando una visión integral de su impacto en la vida y la dinámica económica local.

El Marco Metodológico adoptó una perspectiva cualitativa de Investigación-Acción, utilizando observación participante y entrevistas para recolectar datos. Los Aspectos Administrativos

aseguraron la planificación y ejecución efectiva, abordando recursos necesarios y el tiempo requerido. El Cronograma de Actividades se incluye para un manejo eficiente, y las conclusiones emergen de objetivos, categorías exploradas, instrumentos aplicados y resultados obtenidos. Estos resaltan la relevancia vital de los mercados campesinos en la economía y el desarrollo rural. En síntesis, este estudio va más allá de la teoría, convirtiéndose en un instrumento activo de cambio en las comunidades rurales. A través de métodos y participación de actores locales, se revela la influencia positiva de los mercados campesinos en la economía local y su capacidad para impulsar un desarrollo sostenible en las veredas de Chinchiná-Caldas.

Formulación del Problema

Chinchiná es conocido por varios aspectos que contribuyen a su reconocimiento. Su ubicación estratégica, junto con un clima generalmente templado que varía de 17 °C a 26 °C, potencia el potencial agrícola, especialmente en la producción de café y cítricos como naranjas, limones y mandarinas, lo que resulta destacable para la región, la producción agrícola desempeña un papel significativo como fuente de ingresos económicos para el municipio, siendo la agricultura uno de los pilares fundamentales de su economía. El clima favorable de Chinchiná es un recurso valioso para el desarrollo de su agricultura y ha permitido que el sector campesino sea una parte integral y vital de la comunidad, contribuyendo de manera significativa al progreso y bienestar de la región. La combinación de su ubicación estratégica y su potencial agrícola, sumado al compromiso y esfuerzo de las familias campesinas, ha posicionado a Chinchiná como un importante referente en la producción agrícola y en la preservación de su rica tradición rural.

Las familias campesinas, presentes en 21 veredas según la Alcaldía de Chinchiná (2020), desempeñan un papel crucial en el desarrollo social, cultural y económico de Chinchiná. Son los principales actores en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, cultivando diversos productos agrícolas que no sólo aseguran su sustento, sino que también contribuyen al abastecimiento local y nacional. Además, estas familias preservan y transmiten conocimientos ancestrales ligados a la agricultura, lo que enriquece la identidad cultural del municipio. Sin embargo, es importante destacar que este desarrollo ha enfrentado desafíos debido a la llegada de grandes supermercados y almacenes de cadena que ofrecen una amplia variedad de productos. Esta situación ha provocado una disminución y estancamiento en la demanda de los habitantes hacia el consumo de los productos campesinos locales. A medida que los consumidores optan cada vez más por los bienes ofrecidos por estos establecimientos comerciales, se ha generado un impacto negativo en el desarrollo económico y en la promoción de los productos locales.

La participación de los campesinos en la economía local y nacional es motivo de preocupación, a pesar de que Chinchiná cuenta con una extensa área rural. Según datos proporcionados por la Alcaldía de Chinchiná (2020), la contribución de este sector primario a la economía municipal es baja, representando solo el 6.9%. Si esta tendencia no se revierte, podría generar problemas más graves como la seguridad alimentaria, el envejecimiento de la población rural e incluso poner en peligro la cultura campesina. A esto se suma el sentimiento de un agricultor perteneciente al sector rural, que participa en un evento mensual llamado "mercado campesino" que se organiza en el municipio, porque siente que no lo acompaña la alcaldía de Chinchiná, ya que este siempre incluye otros sectores, por lo que no es posible examinar el sector rural y campesino.

En contexto, Robert Chambers y Michael Piore (1989) se refirieron al mercado campesino desde el enfoque del desarrollo rural endógeno, este se centra en el fortalecimiento de las capacidades locales y en la valorización de los recursos endógenos de las comunidades rurales. Además, destacaron que los mercados campesinos fomentan la diversificación económica, el desarrollo de habilidades emprendedoras y la demostración de las tradiciones culturales, contribuyendo así al desarrollo sostenible de las zonas rurales. Así mismo, la economía solidaria es un enfoque que destaca la importancia de la participación comunitaria y la cooperación en la generación de actividades económicas. Autores como Jean-Louis Laville y Patrick Viveret (2013) argumentaron que los mercados campesinos son espacios de encuentro donde los productores agrícolas locales pueden vender directamente sus productos, promoviendo así una economía más justa, inclusiva y sostenible.

En este sentido, esta investigación se centró en analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio mediante la información de entes gubernamentales y población rural del municipio.

Pregunta de Investigación

Con base en lo anterior se planteó como pregunta de investigación *¿Cuál es la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023?*

Objetivos

Objetivo general

Analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio mediante la información de entes gubernamentales y población rural del municipio.

Objetivos específicos

Identificar el aporte que tiene el mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para el establecimiento de la incidencia que tiene este evento en su economía.

Caracterizar la participación de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el mercado campesino en el primer semestre de 2023 para el conocimiento propio de las familias.

Establecer el impacto económico del mercado campesino y su aporte a la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas durante el primer semestre de 2023 para la comprensión de la influencia de este evento en su calidad de vida.

Justificación de la Investigación

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio. Según estudios realizados por autores como Vargas Montealegre, (2023), el mercado campesino ha demostrado ser un factor clave en el impulso de la economía local y en el bienestar de las familias campesinas, también en el estudio realizado por Santacoloma (2015), especializada en Desarrollo Sostenible y Gestión Ambiental para el Desarrollo Sostenible, abordó la importancia de los mercados locales y la competitividad regional en el crecimiento económico y el bienestar de las comunidades rurales.

Desde una perspectiva práctica, los resultados y análisis obtenidos en esta investigación podrían tener un impacto directo en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta al identificar oportunidades de mejora en los sistemas de producción y comercialización campesina, se podrían implementar estrategias y prácticas exitosas que fomenten la participación en el mercado campesino. Esto a su vez, impulsará el crecimiento económico local al fortalecer la actividad agrícola y la generación de empleo en la región. Además, este enfoque se alinea con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), destacando especialmente el ODS 1: Fin de la pobreza, el ODS 2: Hambre cero y el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Al mejorar las condiciones económicas de las familias campesinas y promover su participación en el mercado campesino, se estaría contribuyendo directamente a la erradicación de la pobreza y al acceso a una alimentación adecuada y nutritiva. Asimismo, el fortalecimiento de la actividad agrícola y la generación de empleo contribuirían al crecimiento económico sostenible de la región, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

En el ámbito teórico, esta investigación contribuirá al conocimiento sobre la incidencia del mercado campesino en la economía local. Siguiendo la teoría propuesta por Hurtado (2010), los

hallazgos de este estudio proporcionarán una visión más clara y completa de las dinámicas económicas y sociales en las veredas mencionadas. Al identificar factores clave que influyen en el desarrollo económico rural, se podrán proponer estrategias y políticas más efectivas para fortalecer la participación del campesinado en la economía local y promover la sostenibilidad de las actividades agropecuarias. En conclusión, los impactos potenciales de esta investigación son significativos tanto desde una perspectiva práctica como teórica. Al brindar un enfoque concreto sobre la incidencia del mercado campesino en la economía local y proponer acciones para mejorar la participación de las familias campesinas, se espera generar un cambio positivo en la vida de las comunidades rurales de Chinchiná-Caldas. Asimismo, alineando estos resultados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se potencia el impacto en la erradicación de la pobreza, la seguridad alimentaria y el desarrollo económico sostenible en la región. En última instancia, esta investigación se convierte en una herramienta valiosa para el fortalecimiento y crecimiento integral de las comunidades campesinas y su contribución al desarrollo sostenible de la región.

Limitaciones

En el contexto de esta investigación se tuvieron algunas limitaciones que fueron latentes durante su desarrollo como: Limitaciones de tiempo, debido al plazo establecido para su realización dado que se llevó a cabo en el primer semestre de 2023, el tiempo disponible no fue suficiente para llevar a cabo una recopilación exhaustiva de datos y un análisis detallado, tampoco para realizar un análisis comparativo entre diferentes eventos de la misma índole. Estas limitaciones temporales afectaron la profundidad y amplitud de la investigación, así como la capacidad de abordar todas las dimensiones relevantes del mercado campesino y su impacto en las familias campesinas.

La presente investigación también tuvo una limitación relacionada con el acceso a información relevante. La disponibilidad de ciertos datos, documentos o fuentes de información resultó difícil debido a la falta de registros precisos o a la limitada divulgación de información por parte de algunas entidades. Esta situación dificultó la obtención de datos completos para el desarrollo de la investigación dada la confidencialidad de los mismos. Es importante destacar que estas limitaciones de acceso a información tienen un impacto en la integridad y validez de los resultados obtenidos. Al basarse en datos parciales o incompletos, la investigación se vio limitada en su capacidad para brindar un análisis exhaustivo y preciso de la incidencia del mercado campesino en la economía local. Asimismo, la falta de información completa causó afectación en la capacidad de proponer estrategias y recomendaciones sólidas para mejorar la participación de las familias campesinas en el mercado campesino.

Las limitaciones de recursos representaron un desafío significativo para llevar a cabo esta investigación. En diversos aspectos, la disponibilidad de recursos es fundamental para el desarrollo exitoso de estudios y análisis en diferentes áreas. Asimismo, la carencia de financiamiento impidió la contratación de personal calificado, la colaboración con otros expertos y la participación frecuente en eventos relevantes. Además, la falta de recursos dificultó la adquisición de materiales y suministros necesarios para llevar a cabo la investigación. Por último, el acceso limitado a bases de datos,

información y literatura relevante redujo la capacidad de recopilar datos y mantenerse actualizado en el campo de estudio.

Es importante tener en cuenta que esta investigación estuvo expuesta a ciertas limitaciones de sesgo que probablemente afectaron la objetividad de los resultados y conclusiones obtenidas. El sesgo que estuvo más presente en el estudio fue el sesgo de respuesta, que se produce cuando los participantes del estudio brindan respuestas que creen que son socialmente aceptables o que se ajustan a lo que se espera de ellos, en lugar de responder con sinceridad. También estuvo presente el sesgo de memoria, el cual se da cuando las respuestas y percepciones de los participantes están sesgadas por la forma en que recuerdan los eventos o la información, lo que afecta la precisión de los datos recopilados.

Marco Referencial

En este capítulo se encontrará el desarrollo de la teoría que orienta esta investigación; igualmente, se tiene presente un paradigma que plantea una división entre la economía subdesarrollada y la economía tradicional. Además, se hace relación de los conceptos que se dan a partir de las categorías principales como son mercado campesino, economía y familias campesinas. También, se incluye la normatividad en relación con la población campesina que es el eje central de esta investigación, allí se puede encontrar la Constitución Política de Colombia, el plan nacional de desarrollo, el programa de desarrollo rural integrado, la ley 464 de 2017, el plan de desarrollo del municipio de Chinchiná, entre otros.

Marco Teórico

En este capítulo se desarrolló la teoría que orienta esta investigación la cual está enfocada en la teoría de desarrollo económico; igualmente, se tiene presente el paradigma de la economía dual que plantea una división entre la economía subdesarrollada y la economía tradicional. Así, el desarrollo de esta investigación estuvo enmarcado bajo las premisas de la teoría de desarrollo económico que sostiene que los países pueden progresar a través de la industrialización y la urbanización. La economía dual, por otro lado, sostiene que los países están divididos en dos sectores: el sector moderno, que es industrial y urbano, y el sector tradicional, que es agrícola y rural. El desarrollo económico, según la teoría de la economía dual, se puede lograr integrando los dos sectores.

El foco de investigación se dirige hacia un enfoque teórico de Desarrollo Local Sostenible que busca impulsar el progreso económico, social y medioambiental a nivel local, considerando las características y capacidades específicas de cada área. Se reconoce la importancia de reforzar la economía local, valorar los recursos autóctonos y fomentar la participación de los actores locales en la toma de decisiones. En el caso de Chinchiná, el mercado campesino se erige como un factor

fundamental para el avance económico local, al posibilitar la venta de productos locales y robustecer la economía de las familias rurales, a la vez que se conserva la herencia agrícola regional.

Al situar este dilema en el marco del Desarrollo Local Sostenible, se pueden explorar teorías y modelos que aborden la relevancia de la economía local, el rol de los pequeños productores y emprendedores, y las tácticas para fomentar la sostenibilidad económica, social y medioambiental en un territorio específico. Esto establece un fundamento teórico sólido para entender el contexto de Chinchiná y analizar la importancia y el impacto del mercado campesino en la economía local desde una perspectiva más amplia y fundamentada. Así, en este caso, se puede establecer conexiones significativas entre la teoría de desarrollo propuesta por Amartya Sen en 1998 y el objeto de estudio, el mercado campesino en Chinchiná.

El mercado campesino puede ser interpretado como una táctica de diversificación económica en el entorno rural, permitiendo que las familias rurales comercialicen sus productos directamente, generando ingresos adicionales y disminuyendo su dependencia de la agricultura tradicional. Además, el enfoque en productos locales en el mercado campesino contribuye a la valoración de los recursos propios de Chinchiná, como el café y los cítricos previamente mencionados, en consonancia con la teoría de desarrollo que enfatiza la importancia de aprovechar y promover los recursos autóctonos de un territorio para impulsar su progreso económico y social.

La activa participación de los actores locales, como agricultores, en el mercado campesino refuerza el enfoque de desarrollo en el ámbito rural, resaltando la relevancia de la implicación comunitaria y el empoderamiento de los actores locales como motores del desarrollo. Al establecer esta relación entre la teoría de desarrollo en el contexto rural y el objeto de estudio del mercado campesino en Chinchiná, se enriquece el análisis al permitir la utilización de conceptos, modelos teóricos y resultados de investigaciones anteriores vinculadas al desarrollo rural, adaptándolos al caso concreto de Chinchiná y proporcionando una base sólida para comprender las interacciones y dinámicas involucradas en el mercado campesino en la economía local.

La adhesión a la perspectiva de fortalecer el mercado campesino y promover la economía local se sustenta en la revisión de la literatura especializada. De acuerdo con (Forero, 2010; Guzmán, 2014), los mercados campesinos pueden aportar diversos beneficios económicos y sociales, como estimular la producción local, generar empleo y fomentar la sostenibilidad medioambiental. Además, subrayan el papel del mercado campesino como una estrategia para diversificar las fuentes de ingresos, reducir la pobreza y fomentar el avance económico local. La investigación también resalta la importancia de preservar la identidad cultural y la tradición rural, logro que también se alcanza mediante el mercado campesino. Por tanto, este enfoque investigativo brinda un sólido fundamento teórico para comprender el contexto de Chinchiná y analizar la importancia y el impacto del mercado campesino en su economía local desde una perspectiva más amplia y fundamentada.

Teoría del desarrollo económico

En esta teoría Amartya Sen (1998) propone que el desarrollo económico debe centrarse en el desarrollo humano, es decir, en el desarrollo de las capacidades de las personas para vivir una vida plena y productiva. Esto se puede lograr proporcionando a las personas acceso a los recursos y oportunidades que necesitan para desarrollar sus capacidades, como la educación, la atención sanitaria, el agua y el saneamiento, y los mercados. El enfoque de Sen resultó relevante para la presente investigación, ya que de alguna manera se relaciona con tres ejes principales de crecimiento: económico, de consumo y de producción. El mercado campesino puede contribuir al crecimiento económico al proporcionar a las familias campesinas un mercado para sus productos, generando ingresos adicionales y reduciendo su dependencia de los intermediarios. El mercado campesino también puede contribuir al crecimiento de consumo, ya que proporciona a los consumidores acceso a productos frescos y de calidad a precios asequibles. Además, el mercado campesino puede contribuir al crecimiento de la producción, al proporcionar a las familias campesinas incentivos para mejorar la productividad de sus cultivos.

Paradigma de la Economía Dual

Según la interpretación de Valenciano y Gómez (2001), el Paradigma de la Economía Dual plantea que en las economías menos avanzadas o subdesarrolladas existe una división marcada entre dos sectores: uno moderno y otro tradicional. El sector moderno, que representa la parte más avanzada económicamente, está vinculado a la vida urbana, la industria y la aplicación de tecnologías de vanguardia. Por otro lado, el sector tradicional se relaciona con la vida rural, la agricultura y con instituciones y tecnologías consideradas menos avanzadas. En la actualidad, las zonas rurales se encuentran en una posición delicada debido a las múltiples funciones que se les asignan.

Por un lado, se les demanda la producción de alimentos y la provisión de materias primas en el contexto de un desarrollo sostenible; por otro lado, se espera que también sean espacios para el equilibrio ecológico y actividades recreativas y de descanso. Estos aspectos confirman la histórica falta de importancia otorgada al sector rural y sus actividades conexas, lo que se traduce en pocas oportunidades para su crecimiento o modernización. Por consiguiente, la carestía en el sector rural ha perdurado a lo largo del tiempo y, por esta razón, esta investigación resalta la importancia de revalorar la labor del campesino y, simultáneamente, proponer alternativas que aborden algunas de las necesidades de apoyo en esta área.

Marco Conceptual

En el marco conceptual de la presente investigación se identificaron los conceptos a partir de las tres categorías principales: mercado campesino, familias campesinas y economía campesina; categorías que, a su vez, cuentan con subcategorías que permitieron mayor comprensión en el ejercicio investigativo. Estos conceptos fueron abordados de manera recurrente a lo largo del desarrollo de este estudio, lo que brindó la posibilidad de identificar escenarios y contextos en los que se ven inmersos los campesinos al momento de comercializar sus productos de forma autónoma.

Mercado campesino

Renting, Marsden y Banks (2003) explican que el renting es un entorno en el cual los agricultores y productores comercializan sus productos agrícolas y artesanales directamente a los consumidores, sin la intervención de grandes cadenas de distribución. Esta modalidad de mercado impulsa el consumo de productos locales y contribuye al progreso económico de las familias rurales, ya que les otorga una mayor ganancia y un mayor control sobre los precios de sus productos. Además, les facilita la construcción de relaciones con los consumidores y la formación de una comunidad de apoyo que beneficia a ambas partes.

Agricultura sostenible.

Pretty (2007) indica que la agricultura sostenible se refiere a un enfoque de producción agrícola que tiene como objetivo principal maximizar los beneficios económicos, sociales y medioambientales a largo plazo. Al mismo tiempo, busca minimizar el impacto negativo en el entorno natural y garantizar la preservación de los recursos naturales para las generaciones venideras. Este enfoque implica la mejora de la calidad del medio ambiente, la satisfacción de las necesidades fundamentales de alimentos y fibras para la población humana, la viabilidad económica y la mejora de la calidad de vida tanto de los agricultores como de la sociedad en su conjunto. En el marco de esta investigación, es esencial adoptar prácticas agrícolas sostenibles que fomenten un equilibrio entre la producción de alimentos y la conservación del entorno.

Desarrollo rural.

Según Ellis & Biggs (2005) “el desarrollo rural se refiere a un proceso localizado de cambio social y crecimiento económico sostenible, con el propósito de lograr un avance constante tanto en la comunidad en su conjunto como en cada individuo que la integra”. Este proceso implica una transformación socioeconómica en las áreas rurales, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los habitantes que residen en estas regiones. El desarrollo rural engloba elementos como la mejora

de los sistemas de producción agrícola, el acceso a servicios esenciales, la generación de empleo y el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias. En este planteamiento de investigación, se considera el desarrollo rural como un proceso participativo que involucra a diversos actores sociales y tiene como meta impulsar el desarrollo sostenible en las comunidades rurales.

Comercio justo.

A partir de Tallontire, Rentsendorj & Blowfield (2001) el comercio justo es un modelo comercial que busca establecer relaciones más equitativas entre los productores, los intermediarios y los consumidores. En el contexto del mercado campesino, los consumidores están ayudando a garantizar que los productores reciban un precio justo por sus productos, que los trabajadores agrícolas tengan condiciones laborales adecuadas y que las relaciones comerciales sean transparentes. Por consiguiente, se entiende que el comercio justo se basa en los principios de equidad, justicia, sostenibilidad y transparencia.

Familias campesinas

Ellis (1993) define el concepto de familias campesinas como aquellos grupos sociales dedicados a la agricultura y producción de alimentos en las zonas rurales. Estas familias tienen un papel significativo en la economía local, ya que su producción tiene un efecto en los precios de los mercados locales y regionales. Sin embargo, también enfrentan desafíos económicos y sociales debido a la falta de acceso a recursos y oportunidades. Por lo tanto, es importante comprender su lógica económica de producción y las dificultades que enfrentan en su entorno rural para promover así mejoras significativas.

Participación de las familias campesinas.

Goodman & Watts (1997) destacan La participación de las familias campesinas se refiere al nivel de compromiso y aporte que estas tienen en el mercado campesino. Esto abarca aspectos como la producción de bienes y servicios, la venta de productos, la implicación en redes de distribución y la

toma de decisiones relacionadas con las actividades económicas. Esto resulta relevante al entender que la participación de las familias campesinas es importante por varias razones. En primer lugar, ayuda a garantizar que los productos del mercado campesino sean frescos, de alta calidad y sostenibles. En segundo lugar, ayuda a apoyar a las economías locales y a crear empleos. En tercer lugar, ayuda a promover la equidad y la justicia social.

Agricultura familiar.

Scoones (1998) sostiene que la agricultura familiar se basa en unidades de producción gestionadas y operadas principalmente por familias campesinas. Este enfoque promueve la producción de alimentos y otros productos agrícolas de forma sostenible, respetando las prácticas tradicionales y conservando el medio ambiente. También es importante mencionar que la agricultura familiar enfrenta una serie de desafíos, como el cambio climático, la competencia de las grandes empresas agrícolas y la falta de acceso a recursos y mercados. No obstante, presenta igualmente una gama de beneficios, tales como flexibilidad, capacidad de adaptación y un firme compromiso con la sostenibilidad.

Seguridad alimentaria.

La FAO (1996) Según la FAO (1996), se define "seguridad alimentaria" como el estado en el cual todas las personas cuentan con acceso físico, social y económico a alimentos en cantidad suficiente, seguros y nutritivos, que se ajustan a sus necesidades nutricionales y preferencias alimentarias. Esto implica asegurar que las personas puedan acceder a alimentos de alta calidad en cualquier momento, que dichos alimentos sean seguros para el consumo y que cumplan con los requisitos nutricionales necesarios para llevar una vida activa y saludable. La seguridad alimentaria abarca la disponibilidad de alimentos, el acceso a ellos, la utilización biológica de los alimentos y la estabilidad de estos elementos a lo largo del tiempo. En el marco de esta investigación, se busca

comprender y abordar los factores que afectan la seguridad alimentaria de las comunidades rurales, con el objetivo de garantizar su acceso a una alimentación adecuada y nutritiva.

Economía campesina

La economía campesina se refiere a la actividad económica y las formas de organización económica que prevalecen en las comunidades rurales y agrícolas, donde la agricultura es la principal fuente de sustento. Se caracteriza por la producción agrícola a pequeña escala, generalmente utilizando técnicas tradicionales y recursos limitados, y la estrecha relación entre la vida familiar y las actividades económicas. Lo expuesto se alinea con Alexander Chayanov (1925), quien en su obra "La organización de la unidad económica campesina" presentó la teoría de la economía campesina, destacando la lógica y las características específicas de las unidades familiares campesinas en términos de producción, consumo y toma de decisiones económicas. De acuerdo con Machado, Salgado & Vásquez (2004), las economías campesinas, indígenas y afrocolombianas son fundamentales para la producción agropecuaria en Colombia. Con un adecuado apoyo estatal, estas economías podrían tener un mayor impacto en la economía nacional. Además, la economía campesina está destinada a satisfacer el mercado interno de alimentos, y solo cuando lo logre, podrá pensarse en la búsqueda de mercados en el exterior.

Economía local.

Pike, Rodríguez & Tomaney (2007) toman el término de economía local como el conjunto de actividades económicas que se desarrollan en una región o comunidad específica, involucrando la producción, distribución y consumo de bienes y servicios dentro de ese ámbito geográfico. La economía local es una parte esencial del desarrollo económico y social de las comunidades locales dado que es una potencial forma de crear empleos, oportunidades económicas y una mejor calidad de vida para las personas que viven en las comunidades locales. En consecuencia, apoyar la economía local es una manera de moldear el futuro de la comunidad involucrada.

Incidencia económica.

Hirschman (1958) interpreta la incidencia económica como la medida del impacto o influencia que tiene una actividad como el mercado campesino en la economía. Se refiere a los efectos directos e indirectos que estas actividades provocan en la generación de empleo, ingresos, producción local, desarrollo de la cadena de suministro y dinamización de la economía local. Adicionalmente, la incidencia económica puede tener implicaciones en el desarrollo sostenible de la comunidad local al promover una mayor producción y consumo de alimentos locales ya que se pueden reducir las emisiones de gases de efecto invernadero asociados al transporte de alimentos desde lugares lejanos, así como fomentar prácticas agrícolas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

Desarrollo económico local.

Pike, Rodríguez & Tomaney (2017) toman el desarrollo económico local como el proceso de mejora y fortalecimiento de la economía en una localidad o municipio, en este caso Chinchiná, a través de la promoción de actividades como el mercado campesino. Implica el crecimiento sostenible, la generación de empleo, la diversificación productiva y la mejora de la calidad de vida de la población local. El desarrollo económico local se puede lograr a través de una variedad de actividades incluyendo la promoción de la inversión empresarial, la creación de infraestructuras, el desarrollo de la educación y la formación, la mejora de la calidad del medio ambiente, la promoción de la cultura y el turismo y el fortalecimiento de la participación de la comunidad.

Sostenibilidad económica.

Daly (1997) referencia que la sostenibilidad económica es la capacidad de las actividades económicas, como el Mercado campesino, de mantenerse a largo plazo, generando ingresos y beneficios de manera constante sin agotar los recursos naturales ni comprometer las oportunidades de las futuras generaciones. En general, los mercados campesinos pueden ser una herramienta

importante para promover la sostenibilidad económica al proporcionar un mercado para los productos cultivados de manera sostenible, reducir el desperdicio de alimentos, promover la equidad y la justicia social y crear un sentido de comunidad. En pocas palabras, los mercados campesinos pueden ayudar a crear un futuro más sostenible para todos.

En el marco conceptual de esta investigación, los conceptos relacionados, jugaron un papel fundamental en el desarrollo y enfoque del estudio. Estos conceptos ofrecieron una visión integral de la interacción entre las comunidades rurales, la producción agrícola y el comercio justo, lo que permitió comprender cómo el mercado campesino promueve la agricultura sostenible, el desarrollo rural y la seguridad alimentaria en el contexto de las familias campesinas. Asimismo, la economía campesina se reveló como un elemento clave para analizar el impacto económico local del mercado campesino y cómo estas actividades pueden contribuir al desarrollo económico sostenible de Chinchiná. Al profundizar en cada una de las subcategorías, se vislumbró una imagen más completa y detallada de los factores que influyen en la dinámica económica y social de las comunidades rurales. La consideración de estos conceptos en el transcurso de la investigación permitió ofrecer una perspectiva enriquecedora y esclarecedora sobre el mercado campesino y su relevancia en el contexto del desarrollo rural y económico de la región.

Marco Legal

La presente investigación se enmarcó en un contexto legal y normativo que proporciona las bases y lineamientos necesarios para abordar el tema de las familias campesinas y su participación del municipio y en el desarrollo del territorio. En este sentido, resultó fundamental comprender y analizar la legislación y las políticas existentes que influyen en el desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria y el bienestar de estas comunidades. El marco legal y normativo se compone de diversas leyes, lineamientos y documentos que establecen los deberes y responsabilidades del Estado en relación con el sector campesino y rural. Estas disposiciones legales buscan promover la equidad, la

inclusión y el desarrollo sostenible en el ámbito agrícola, y están diseñadas para proteger y apoyar a las familias campesinas en su labor productiva.

Ley 2183 del 2022

La Ley 2183 de 2022 se encuentra entre los instrumentos legales relevantes ya que establece la política nacional de insumos agropecuarios y crea el fondo de acceso a los insumos agropecuarios. Esta ley busca asegurar el acceso equitativo y oportuno a los insumos necesarios para la producción agrícola, lo cual es fundamental para el desarrollo de las familias campesinas y su participación en la economía local. Además, esta ley es un paso importante para mejorar la competitividad de la producción agrícola colombiana y para asegurar el acceso a alimentos sanos y asequibles para todos los colombianos.

Plan de Desarrollo 2022-2026

Específicamente en su capítulo 8, el Plan de Desarrollo 2022-2026 aborda el papel del campesinado colombiano como actor de cambio. Este documento ofrece una amplia gama de estadísticas y propone acciones concretas que deben implementarse para transformar la realidad de las familias campesinas. Estas acciones van desde el fortalecimiento de las capacidades productivas hasta la promoción de mercados inclusivos y sostenibles para los productos campesinos. Este enfoque del Plan de Desarrollo refleja el compromiso del Estado con el sector rural y su objetivo de promover la equidad, la inclusión y el desarrollo sostenible en el ámbito agrícola, reconociendo la importancia vital de las familias campesinas en la construcción de un futuro próspero para el país.

Asimismo, el Plan busca garantizar el acceso a tierras, recursos, educación, salud y servicios básicos para las comunidades rurales, con el fin de mejorar sus condiciones de vida y fortalecer su contribución al desarrollo nacional. Además, este enfoque integral del Plan de Desarrollo busca abordar los desafíos que históricamente han afectado al sector campesino, como la pobreza, la inequidad y la falta de oportunidades, a través de una visión de largo plazo y la implementación de

políticas públicas efectivas. En última instancia, el Plan de Desarrollo se erige como un instrumento fundamental para promover el bienestar y la prosperidad del campesinado colombiano, fomentando la cohesión social y contribuyendo al crecimiento económico sostenible del país.

Objetivo de Desarrollo Sostenible número 2

Este objetivo se denomina Hambre cero, establece una meta fundamental que busca garantizar la seguridad alimentaria, promover la agricultura sostenible y fomentar la resiliencia de los sistemas agrícolas. Es relevante mencionar que estos marcos legales y normativos se alinean estrechamente con este objetivo, ya que buscan abordar de manera integral los desafíos que enfrenta el sector campesino y rural en Colombia. El ODS 2 es crucial para la erradicación de la pobreza y el logro de un desarrollo sostenible en el mundo porque sin seguridad alimentaria y una agricultura sostenible, no es posible alcanzar un crecimiento económico inclusivo y asegurar el bienestar de todas las personas. Adicionalmente, abordar la malnutrición es esencial para mejorar la salud y el desarrollo humano en general.

Constitución Política de Colombia

Como la carta magna del país, la Constitución Política de Colombia juega un papel crucial en este proceso al consagrar el compromiso del Estado con el desarrollo y bienestar de las comunidades rurales. A través de los artículos 64, 65 y 66, la Constitución establece los deberes del Estado en cuanto a la oferta y producción agrícola, reconociendo la importancia de proteger y promover la economía campesina. Al impulsar la equidad y la inclusión social en el sector campesino y rural, la Constitución sienta las bases para que las políticas y acciones gubernamentales busquen mejorar las condiciones de vida de las familias campesinas. La combinación de estos instrumentos legales y normativos crea un marco sólido que busca fortalecer el desarrollo sostenible y sostenible en el ámbito agrícola, promoviendo la seguridad alimentaria y el bienestar de las comunidades rurales en Colombia, asimismo, la alineación de estos marcos legales con el Objetivo de Desarrollo Sostenible

número 2 refleja el compromiso del país a nivel internacional en trabajar hacia un futuro más justo y próspero para el sector campesino y rural, contribuyendo a erradicar el hambre y mejorar la calidad de vida de quienes dependen de la agricultura para su sustento.

Ley 160 de 1994

"Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino", es una ley relevante que se vincula estrechamente con la investigación en cuestión. Esta ley tiene como objetivo principal promover la reforma agraria y el desarrollo rural campesino en Colombia. En el marco de la investigación sobre la incidencia del Mercado campesino en la economía de Chinchiná-Caldas y las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta, la Ley 160 de 1994 cobra importancia debido a su conexión con el subsidio para la adquisición de tierras. Esta disposición legal busca facilitar el acceso a la tierra por parte de los campesinos y fomentar su participación en el sector agrícola y rural.

Ley 811 de 2003

Dicha normativa modifica la Ley 101 de 1993 e introduce la instauración de entidades de cadenas en los ámbitos agropecuario, pesquero, forestal y acuícola. Asimismo, contempla la creación de Sociedades Agrarias de Transformación (SAT) y otras medidas conexas. Esta ley, promovida por el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, busca fortalecer y dinamizar las actividades productivas en dichos sectores, fomentando la asociatividad, la competitividad y el desarrollo sostenible. La incorporación de la Ley 811 de 2003 en el marco legal y normativo de la investigación es relevante, ya que brinda un marco jurídico que impulsa la creación y fortalecimiento de organizaciones y cadenas productivas en el ámbito agropecuario.

Esto tuvo una estrecha relación con el objeto de estudio, pues se buscaba analizar la incidencia del mercado campesino en la economía de Chinchiná-Caldas, y estas organizaciones pueden desempeñar un papel clave en el fortalecimiento de las familias campesinas y su inserción en

los mercados. Al considerar la Ley 811 de 2003, se establece un vínculo directo entre la investigación y el marco legal vigente, permitiendo analizar cómo las disposiciones legales relacionadas con la creación de organizaciones de cadenas y las SAT pueden influir en el desarrollo económico y social de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta, así como en el impulso del mercado campesino en la región.

Ley 464 de 2017

La cual adopta los lineamientos estratégicos para la agricultura campesina, familiar y comunitaria, y establece disposiciones adicionales. La Ley 464 de 2017, promovida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, tiene como objetivo principal fortalecer y promover la agricultura campesina, familiar y comunitaria en Colombia, reconociendo su importancia para la seguridad alimentaria, la conservación de la biodiversidad y el desarrollo sostenible. Esta ley establece una serie de medidas para fortalecer la agricultura campesina, familiar y comunitaria que incluyen el desarrollo sostenible; la conservación de la biodiversidad; el acceso a la tierra, el agua, los recursos naturales, las tecnologías y los mercados; la promoción de la producción y el consumo de alimentos sanos y sostenibles; la formación y capacitación de los productores campesinos; el apoyo financiero a los productores campesinos; la investigación y el desarrollo de la agricultura campesina, familiar y comunitaria.

Ley 1480 de 2011

Jugó un papel crucial en esta investigación. La Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, tiene como finalidad proteger, promover y garantizar los derechos de los consumidores, asegurando su dignidad y protegiendo sus intereses económicos. Esta normativa fue de especial relevancia en el contexto de la investigación, ya que buscaba analizar la incidencia del mercado campesino en la economía local, donde los consumidores desempeñan un papel fundamental. La incorporación de la Ley 464 de 2017 y la Ley 1480 de 2011 en el marco legal y

normativo de la investigación fue esencial para comprender el contexto legal en el cual se desarrolla el mercado campesino en Chinchiná-Caldas. Estas leyes proporcionan el respaldo normativo necesario para fomentar y proteger la agricultura campesina, familiar y comunitaria, así como los derechos de los consumidores, contribuyendo a la promoción de un desarrollo económico equitativo y sostenible.

Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia

El cual se sustenta en el Conpes 113 de 2008. El Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia establece la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, cuyo objetivo fundamental es garantizar que toda la población colombiana tenga acceso permanente y oportuno a alimentos en cantidad suficiente, variedad, calidad e inocuidad. La Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional se dirige a toda la población colombiana, y su implementación requiere la realización de acciones concretas que contribuyan a reducir las desigualdades sociales y económicas asociadas a la inseguridad alimentaria y nutricional, especialmente en los grupos de población en condiciones de vulnerabilidad. El Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, respaldado por el Conpes 113 de 2008, se convirtió en un referente importante en esta investigación, ya que se buscaba analizar la incidencia del mercado campesino en la economía local y su relación con la seguridad alimentaria y nutricional en Chinchiná-Caldas. Este plan proporciona lineamientos estratégicos y acciones específicas que buscan garantizar el acceso equitativo a alimentos de calidad para todos los ciudadanos, promoviendo así un desarrollo socioeconómico inclusivo y sostenible.

Programa de Desarrollo Rural Integrado

El cual representa una nueva concepción del desarrollo rural en Colombia. El Programa de Desarrollo Rural Integrado se alinea con el papel asignado al sector campesino en el Plan Nacional de Alimentación y Nutrición, reconociendo su importancia en la producción de alimentos. El Programa de Desarrollo Rural Integrado tiene como objetivo articular la inversión pública y la acción estatal de

manera integral, enfocándose en las necesidades de desarrollo de la producción agropecuaria. Su enfoque principal es promover la producción campesina, la cual está orientada hacia la obtención de un ingreso de subsistencia para el productor y su familia. Este programa se convirtió en un elemento clave en el contexto de la presente investigación, ya que se buscaba analizar la incidencia del mercado campesino en la economía local de Chinchiná-Caldas. El Programa de Desarrollo Rural Integrado proporcionó un marco de referencia para comprender cómo la producción campesina se integra en el desarrollo rural, destacando su importancia en la generación de ingresos y en la seguridad alimentaria.

Plan de Desarrollo del Municipio de Chinchiná 2020-2023 "CONSTRUYENDO REALIDADES"

En el Plan de Desarrollo del Municipio de Chinchiná 2020-2023 "CONSTRUYENDO REALIDADES" se reconoce la importancia de la participación del campesino en la economía local y nacional. A pesar de ser un municipio con una extensa área rural, es preocupante que la contribución de este sector primario a la economía municipal sea tan solo del 6.9%. Esta tendencia plantea desafíos significativos, como la seguridad alimentaria, el envejecimiento de la población rural y el riesgo para la agricultura misma. La baja participación del campesino en la economía local tiene implicaciones que trascienden el ámbito económico. La seguridad alimentaria se ve comprometida cuando no se aprovechan plenamente los recursos agrícolas y la producción local. Además, la falta de oportunidades económicas para los campesinos puede resultar en un envejecimiento acelerado de la población rural, ya que las nuevas generaciones se ven atraídas hacia otras actividades económicas en los centros urbanos.

Es fundamental revertir esta tendencia y fortalecer la participación del campesino en la economía local. Esto implica implementar medidas y políticas que promuevan el desarrollo agrícola, faciliten el acceso a mercados y fomenten el desarrollo rural. En este sentido, el Plan de Desarrollo Municipal de Chinchiná establece una hoja de ruta para impulsar el crecimiento económico

sostenible, donde se reconoce la importancia de fortalecer la agricultura y garantizar su viabilidad a largo plazo. La vinculación entre el mercado campesino se convierte en una estrategia clave para promover la participación activa del campesinado en la economía local. Estas iniciativas permiten visibilizar y valorar los productos locales, fomentando el consumo responsable y la conexión directa entre productores y consumidores. Asimismo, promueven la diversificación económica, generando oportunidades de negocio y empleo en las zonas rurales.

En resumen, el marco legal y normativo que rodea esta investigación proporcionó una sólida base para abordar el tema de las familias campesinas y su participación en la economía rural. Las leyes y políticas establecidas buscan promover la equidad, inclusión y desarrollo sostenible en el ámbito agrícola, protegiendo y apoyando a las familias campesinas en su labor productiva. Entre los instrumentos legales relevantes se encuentran la Ley 2183 del 2022, el Plan de Desarrollo 2022-2026, la Constitución Política de Colombia, la Ley 160 de 1994, la Ley 811 de 2003, la Ley 464 de 2017, el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia y el Programa de Desarrollo Rural Integrado.

Estas disposiciones legales y estrategias nacionales se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente con el ODS 2: Hambre cero, buscando garantizar la seguridad alimentaria, promover la agricultura sostenible y fomentar la resiliencia de los sistemas agrícolas. La investigación se nutrió de este marco normativo para comprender cómo el mercado campesino puede influir en la economía de Chinchiná-Caldas y en el bienestar de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta. Al reconocer y analizar la importancia de estas leyes y políticas en el contexto local, se pudieron proponer estrategias más efectivas que impulsen el desarrollo económico y social de las comunidades rurales, promoviendo una mayor participación de los campesinos en la economía local y mejorando así la seguridad alimentaria y el bienestar de estas poblaciones. Con un enfoque sólido y respaldado por el marco legal y normativo, esta investigación genera conocimientos

y soluciones que contribuyan al desarrollo sostenible y al crecimiento integral de las comunidades rurales de Chinchiná-Caldas.

Antecedentes de la Investigación

En los últimos cinco (5) años surgió un creciente interés, a nivel nacional como internacional, por el estudio y análisis de la participación del sector campesino en la economía local y sus implicaciones. Entre los años 2019 y 2022, diversas investigaciones abordaron esta temática, destacando la importancia de comprender y fortalecer la contribución de las familias campesinas en el desarrollo económico y social. A nivel nacional, se han realizado estudios exhaustivos que han permitido conocer la situación actual de las comunidades campesinas, su acceso a recursos, sus formas de organización y los desafíos que enfrentan.

Para esta investigación, se tomaron en cuenta 16 investigaciones nacionales que han evidenciado la necesidad de promover políticas y programas que impulsen la inclusión económica y social de este sector, reconociendo su papel fundamental en la seguridad alimentaria, la conservación del medio ambiente y la generación de empleo en zonas rurales. Además, se contó con 6 investigaciones a nivel internacional que también han contribuido de manera significativa, ampliando la perspectiva sobre la participación del sector campesino en la economía. Estos estudios permitieron identificar buenas prácticas, compartir experiencias y establecer vínculos de colaboración entre países, con el objetivo de promover el desarrollo sostenible de las comunidades rurales y fortalecer la agricultura familiar. A continuación, se hace relación de las investigaciones que se relacionaron con el objeto de estudio.

Mercado campesino Guasca 2008-2018

El estudio realizado por Mayorga y Ramos (2019) se centra en el municipio de Guasca durante un período de tiempo específico. Surge de un proceso de trabajo comunitario liderado por

los campesinos locales y otras personas conocidas como neo campesinos, resultado de la migración de la ciudad al campo en busca de una vida diferente. El estudio resalta la importancia de la actividad campesina, la cohesión social y la diversidad de prácticas socioeconómicas presentes en la comunidad a través del cultivo para la familia y la comunidad. Esta iniciativa ha tenido éxito al potenciar económicamente a los miembros, establecer lazos de asociatividad y cohesión social, y generar productos beneficiosos tanto para la comunidad como para los turistas, como verduras, frutas y productos de apicultura procesados de manera orgánica y natural, sin el uso de químicos.

El objetivo principal de la investigación fue analizar la configuración de la organización social y popular en el mercado campesino de Guasca-Cundinamarca entre 2008 y 2018. Esto implicó identificar características organizativas relacionadas con valores, cohesión social y modos de producción, describir prácticas sociales en la organización popular de los miembros del mercado y resaltar el papel del mercado campesino en Guasca. Utilizando una metodología cualitativa, Mayorga y Ramos se enfocaron en comprender las perspectivas de los participantes y visitantes del mercado campesino a través de observación participante, entrevistas y otros métodos.

Los resultados revelaron la falta de liderazgo por parte de los participantes del mercado campesino en asuntos que afectan su funcionamiento, como el uso del espacio público y el acceso a beneficios municipales. Además, se destacó la necesidad de autonomía y colectividad para superar las incertidumbres generadas por la administración municipal. El estudio también resaltó la construcción de los mercados campesinos como espacios de convergencia de diferentes actores e intereses, lo que modifica las dinámicas y las interacciones sociales. También se señaló la importancia de la confianza y la relación cercana entre los habitantes y los productores, resultado de años de interacción, lo que beneficia la adquisición de productos. Este estudio es relevante para el proyecto de investigación en Chinchiná-Caldas, ya que comparten un enfoque similar al examinar el papel de los mercados campesinos en la economía rural y el desarrollo comunitario. Los hallazgos y

conclusiones del estudio de Guasca pueden proporcionar una base teórica y práctica valiosa para el proyecto en Chinchiná-Caldas.

Análisis mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad para población rural colombiana

El estudio llevado a cabo por Rojas (2019) se basó en fuentes secundarias, como revistas digitales y trabajos de grado en formato digital. El objetivo fundamental de esta investigación fue evaluar la viabilidad de los mercados campesinos como una estrategia para mejorar la estabilidad financiera en las áreas rurales de Colombia. Los enfoques específicos abordaron la caracterización de la gestión relacionada con la expansión de los mercados campesinos implementada por la población rural del país, y también la evaluación del impacto económico que estos mercados generan en dicha comunidad. Los mercados campesinos surgieron en Colombia en 2004 como una propuesta política y económica presentada por organizaciones campesinas de la Región Central, que rodea la capital del país y abarca cuatro departamentos en la Cordillera Oriental de los Andes.

El propósito de estos mercados es eliminar intermediarios que encarecen los productos y disminuyen los ingresos de los productores, permitiendo que los agricultores lleven sus alimentos directamente a la ciudad. Son una adaptación colombiana de los mercados de productores o mercados agrícolas. Rojas sostiene que esta iniciativa provee a la población rural una fuente de ingresos mediante la venta de alimentos que ellos mismos producen, lo cual se considera una estrategia para lograr la sostenibilidad económica. El estudio resalta el surgimiento de los mercados campesinos en 2004 como una propuesta política y económica de organizaciones campesinas, con el objetivo de eliminar intermediarios para mejorar los ingresos de los productores.

Se reconoce además la importancia de estos mercados para proporcionar a la población rural una fuente de ingresos sostenible mediante la comercialización directa de alimentos. La investigación previa realizada en el estudio podría haber sido una referencia valiosa para el proyecto de investigación en Chinchiná-Caldas, ya que brindó información relevante sobre las estrategias

empleadas en otros mercados campesinos y su impacto en la economía rural. Esto pudo enriquecer tanto el diseño metodológico como las conclusiones del proyecto, permitiendo una comparación y un análisis más completo de los resultados obtenidos en Chinchiná-Caldas.

Tendencia y alcances teóricos comercio justo caso Villavicencio

Mejía, Rodríguez y Urrego (2019) de la Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Contaduría Pública, Villavicencio, llevaron a cabo un análisis del comercio justo y el comercio no convencional como una opción para reducir la brecha entre ricos y pobres. Esta alternativa de comercio se presenta como un estilo de vida centrado en una sociedad colectiva con principios de ayuda mutua y un objetivo de beneficio social, dejando de lado la captación monetaria y la acumulación de riqueza por unos pocos. Para lograr sus objetivos, las investigadoras aplicaron una investigación descriptiva en la ciudad de Villavicencio.

Utilizaron tres instrumentos: entrevistas a expertos en comercio justo, entrevistas a directivos de grandes superficies y/o almacenes de cadena en la ciudad, y una encuesta dirigida a personas que realizaban prácticas comerciales en Villavicencio. A través de este análisis detallado, describieron los objetivos, principios, valores, desarrollo, beneficios y evolución del comercio justo, así como las diferencias entre el comercio convencional y el comercio no convencional. Entre los resultados, se identificó como principal debilidad la falta de conocimiento en la temática. Las respuestas variaron según la interpretación de cada actor desde su perspectiva y práctica correspondiente, mostrando una mayor orientación hacia el cumplimiento de la responsabilidad social en lugar de una comprensión profunda del tema y su aplicación real.

Por otro lado, las fortalezas se centraron en el enriquecimiento intelectual en torno a la temática y la claridad conceptual gracias a las entrevistas realizadas a expertos en el tema. Además, se destacó el conocimiento de prácticas a nivel mundial y local, así como la sensibilización para crear conciencia sobre el consumo responsable. La investigación sobre el comercio justo pudo servir como

marco de referencia teórico para este proyecto de investigación, ayudando a contextualizar y comprender mejor los resultados obtenidos en Chinchiná-Caldas. Además, el proyecto pudo beneficiarse al explorar cómo los principios del comercio justo podrían aplicarse en el contexto del mercado campesino local, enriqueciendo así las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Construcción social concepto de calidad desde actores de comercialización de frutas: experiencia mercados campesinos, Bogotá

Mejía, Rodríguez y Urrego (2019) de la Universidad Cooperativa de Colombia, en la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en la carrera de Contaduría Pública en Villavicencio, llevaron a cabo un análisis del comercio justo y el comercio no convencional como una opción para reducir la desigualdad entre grupos sociales. Esta alternativa comercial se presenta como un estilo de vida que se enfoca en una sociedad colectiva basada en principios de ayuda mutua y un objetivo de beneficio social, evitando la acumulación de riqueza por parte de unos pocos y priorizando el interés monetario. Para alcanzar sus metas, las investigadoras realizaron un estudio descriptivo en la ciudad de Villavicencio.

El estudio utilizó tres instrumentos de investigación: entrevistas con expertos en comercio justo, entrevistas con líderes de grandes superficies y tiendas de cadena en la ciudad, y una encuesta dirigida a personas involucradas en prácticas comerciales en Villavicencio. A través de este análisis detallado, describieron los objetivos, principios, valores, desarrollo, beneficios y evolución del comercio justo, además de resaltar las diferencias entre el comercio convencional y el no convencional. Entre los resultados, se identificó como principal debilidad la falta de conocimiento en la temática. Las respuestas variaron según la interpretación de cada actor desde su perspectiva y experiencia, demostrando una mayor orientación hacia la responsabilidad social en lugar de una comprensión profunda y una aplicación efectiva del tema.

Por otro lado, las fortalezas se centraron en el enriquecimiento intelectual alrededor del tema y la claridad conceptual, gracias a las entrevistas con expertos. Además, se destacó el conocimiento de prácticas a nivel global y local, así como la sensibilización para promover la conciencia sobre el consumo responsable. La investigación sobre el comercio justo podría haber servido como marco teórico de referencia para el proyecto de investigación en Chinchiná-Caldas, permitiendo contextualizar y entender mejor los resultados obtenidos. Además, el proyecto podría haberse beneficiado al explorar cómo los principios del comercio justo podrían aplicarse en el contexto del mercado campesino local, enriqueciendo las conclusiones y recomendaciones del estudio.

La agricultura familiar agroecológica

Durante la revisión del año 2019, se encontró un estudio realizado por Fonseca, Salamanca y Vega (2019), el cual resultó ser relevante para el proyecto de investigación actual debido a su tratamiento de temas como agroecología, economía rural, adaptabilidad, cambio climático, seguridad alimentaria, sostenibilidad, trabajo agrícola, resiliencia y agricultura campesina. Estos investigadores se propusieron analizar los conceptos fundamentales de la Agricultura Familiar Agroecológica (AFA) y su base teórica. Para lograrlo, llevaron a cabo una revisión sistemática de la literatura científica relacionada con la agricultura familiar, complementada con información obtenida de revistas y libros científicos.

Entre las conclusiones más destacadas, se resalta la importancia de los conceptos de agroecología en el contexto de la AFA, los cuales presentan desafíos epistemológicos similares a los debates en el ámbito ecologista y ambientalista. Los investigadores argumentan la necesidad de establecer una definición universal de la AFA, la cual adquiere gran relevancia en función de las particularidades y oportunidades de cada región. En relación a los hallazgos, los investigadores encontraron que la AFA ha sido objeto de un interés significativo, ya que contribuye a su propia

fertilidad y productividad, protegiendo la biodiversidad en dimensiones económicas, ecológicas, políticas, sociales y culturales.

La conclusión general es que la AFA promueve la implementación de prácticas agroecológicas sólidas, evidenciado por la diversidad de especies vegetales y animales presentes, así como por el conocimiento asociado a ellas. Estos factores contribuyen a la estabilidad en la gestión de los recursos naturales y al impulso de la sostenibilidad. Este estudio sirvió como marco teórico y justificación para el proyecto de investigación actual, resaltando la importancia de considerar en el análisis los aspectos relacionados con la producción agroecológica y su impacto en la economía local. De manera recíproca, los resultados obtenidos en el proyecto contribuyeron a ampliar y enriquecer el conocimiento sobre cómo la agricultura familiar agroecológica incide en el desarrollo rural y la economía local del municipio de Chinchiná, Caldas.

Beneficios, retos del comercio justo: Los casos de Colombia y República Dominicana

En la búsqueda de casos similares a nivel internacional, se descubrió que este estudio es parte de una colaboración entre la CEPAL y la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), con el propósito de promover la contribución del comercio justo al desarrollo sostenible en la región. Este estudio está relacionado con el objeto de investigación de este estudio actual, al destacar la importancia de los pequeños agricultores y enfocarse en indagar si la compra de productos realmente beneficia a los productores y sus comunidades, en pos de un comercio más equitativo.

Para llevar a cabo este estudio, el autor realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente acerca del impacto económico y social del comercio justo en organizaciones de pequeños productores y otras entidades privadas. Los resultados obtenidos reflejaron mejoras en las condiciones de venta de los productos para los pequeños productores, demostrando un aumento tanto en volumen como en precio de venta. Además, estos productores se han ganado la reputación

de ser proveedores confiables de productos de alta calidad. Paralelamente, el comercio justo ha generado mayores ingresos para las familias productoras, lo que les ha permitido realizar inversiones beneficiosas en sus fincas y comunidades rurales, tanto en términos productivos como sociales y medioambientales.

No obstante, el estudio también señaló la necesidad de una mayor diversificación de la producción y los mercados, ya que persisten desigualdades de género que dificultan la participación activa de las mujeres en la gestión de las actividades comerciales y comunitarias de las organizaciones a las que pertenecen. Además, se requieren esfuerzos más sólidos para abordar el trabajo infantil, pues los niveles de escolarización y educación aún son insuficientes. Esta investigación enriqueció el conocimiento sobre el impacto del mercado campesino en la economía local, especialmente en relación con el comercio justo. Los resultados obtenidos ofrecieron evidencia empírica adicional sobre cómo la promoción de prácticas comerciales más justas puede tener un impacto significativo en el desarrollo económico de las familias campesinas y en el fortalecimiento de los mercados locales.

Seguridad alimentaria en América Latina

Al indagar en los antecedentes de esta investigación, se encontró una publicación realizada por Salazar y Muñoz (2019), que abordó principalmente la problemática de la seguridad alimentaria en América Latina y el Caribe (ALC). A pesar de que ALC fue la única región en alcanzar la meta de desarrollo del milenio de reducir a la mitad la proporción de personas desnutridas entre 1990 y 2015, para 2016 el número de personas en situación de hambre aumentó en 2.4 millones, llegando a casi 42.5 millones. Estos datos tienen relación con el enfoque de la presente investigación al mencionar que la erradicación del hambre requiere un enfoque multisectorial e interinstitucional debido a la naturaleza compleja y multidimensional de la seguridad alimentaria. Uno de los objetivos de esta

investigación es diseñar estrategias que puedan ser adoptadas por las autoridades locales para generar políticas en torno a este problema.

Además, la publicación resalta que la intervención del Estado en asuntos relacionados con la seguridad alimentaria puede justificarse desde perspectivas como los derechos humanos, el cambio climático y las imperfecciones en los mercados. En este sentido, se reconoce que la participación estatal en iniciativas de este tipo facilita la coordinación e integración de diversos actores, permitiendo un trabajo conjunto desde una perspectiva más amplia. Esta colaboración conlleva mejoras en la prestación de servicios agrícolas, el acceso a infraestructura pública en las zonas rurales, la participación de los pequeños agricultores en mercados globales y cadenas de valor para facilitar el comercio. Además, se logra el acceso a insumos y tecnologías de calidad, se amplía el acceso a recursos productivos y asistencia técnica para grupos vulnerables en zonas rurales, y se implementan acciones para reducir la pérdida de alimentos en toda la cadena alimentaria.

En resumen, Salazar y Muñoz enfatizan que la combinación de intervenciones productivas y de protección social para aumentar los ingresos de la población rural en condiciones de pobreza y fomentar el consumo de alimentos podría contribuir significativamente al objetivo global de erradicar el hambre. Tanto este antecedente como el proyecto de investigación en Chinchiná-Caldas convergen en su enfoque en promover la seguridad alimentaria y el desarrollo de sistemas alimentarios sostenibles. El artículo brindó una perspectiva teórica amplia, mientras que el proyecto buscaba obtener datos concretos sobre la influencia específica del mercado campesino en la economía local y su impacto en la seguridad alimentaria. Estos trabajos se complementan y enriquecen mutuamente, aportando una visión más completa y sólida de los desafíos y oportunidades para lograr la seguridad alimentaria en la región y en la comunidad de estudio.

Enfoque territorial, análisis de la ruralidad: Alcances, límites para diseño de políticas desarrollo rural innovadoras en América Latina y el Caribe

En el mismo año, Fernández y Fernández (2019) llevaron a cabo este estudio con el propósito principal de abordar la necesidad de contar con herramientas que posibilitaran la comprensión del entorno rural y la promoción de cambios que conduzcan hacia la equidad y la cohesión territorial en América Latina. Para afrontar este problema, emplearon un enfoque cuantitativo que les permitió caracterizar la situación desde la perspectiva de las comunidades involucradas, con el fin de adquirir conocimiento, comprensión e interpretación de los procesos de cambio y la visión territorial mediante un enfoque positivista.

Entre los métodos e instrumentos utilizados se incluyen el análisis de políticas públicas, métodos de observación, análisis demográficos, caracterizaciones y cartografía. Estas metodologías proporcionaron resultados relacionados con la postura que deben adoptar las entidades territoriales, como el gobierno municipal, para entender a profundidad la complejidad del territorio y fomentar de manera adecuada los procesos de desarrollo en las zonas rurales. Se resalta la importancia de construir un territorio rural funcional a través de mecanismos como los mercados laborales, mercados de bienes y servicios, establecimiento de redes sociales y la identidad étnica o cultural de las comunidades. Además, proponen la implementación de métodos lúdicos e interdisciplinarios para promover la economía sostenible en las zonas rurales y el fortalecimiento de las conexiones sociales y económicas con otras organizaciones.

En resumen, los investigadores subrayan que el enfoque en el territorio y el desarrollo rural en las áreas campesinas del municipio deben basarse en transformaciones productivas e institucionales del espacio rural a través de mercados dinámicos y desarrollo institucional. Esto conlleva a incentivar y facilitar la interacción y acuerdo entre actores locales y agentes externos relevantes, con el objetivo de aumentar las oportunidades para esta población. La publicación y el

presente proyecto de investigación compartieron su enfoque hacia el desarrollo rural y la búsqueda de políticas innovadoras. Mientras que la primera contribuyó con un marco conceptual y teórico, la segunda tenía como objetivo obtener pruebas sobre el impacto del mercado campesino en la economía local y el bienestar de las familias rurales. Juntos, ofrecen una comprensión más completa y sólida de los desafíos y oportunidades para impulsar el desarrollo rural en el municipio estudiado. En conjunto, proporcionan una perspectiva multidimensional que permite una reflexión más completa sobre las estrategias y políticas necesarias para promover el crecimiento sostenible y mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales en Chinchiná-Caldas y sus áreas circundantes durante el primer semestre de 2023

Perfil comprador, percepción respecto a las frutas y hortalizas que se ofrecen en los mercados campesinos en la ciudad de Bogotá

Por otro lado, en su artículo, Aranda (2019) describe la estrategia conocida como Circuitos Cortos de Comercialización (CCC) en el contexto de las dinámicas territoriales colombianas, presentándola como una medida gubernamental para contrarrestar los impactos de la pandemia durante el período comprendido entre 2020 y 2021. El enfoque de esta estrategia se enfoca en el fortalecimiento de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria a través del fomento de la economía solidaria. La metodología empleada en el estudio es de carácter cualitativo, comenzando con un análisis documental para identificar convergencias y divergencias entre distintos autores. Posteriormente, se complementa esta información con los pasos seguidos para promover y consolidar los Mercados Campesinos Solidarios (CMS) y las Compras Públicas Locales (CPL), iniciativas impulsadas por la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS), entidad responsable de la economía solidaria en el ámbito estatal colombiano.

La conclusión fundamental extraída del análisis es que los Circuitos Cortos de Comercialización emergen como una alternativa viable para promover la integración y el

fortalecimiento de la Agricultura Familiar en diversos segmentos del mercado. Las distintas modalidades de venta contribuyen a facilitar la participación de las organizaciones solidarias en el mercado. Concretamente, tanto los Mercados Campesinos Solidarios como las Compras Públicas Locales han sido estrategias de política pública implementadas por el Estado colombiano a través del enfoque en la economía solidaria, demostrando su eficacia para hacer frente a los impactos negativos generados por la pandemia.

El artículo se centra en el perfil y la percepción de los compradores de frutas y hortalizas en los mercados campesinos de Bogotá, proporcionando información relevante sobre las preferencias y opiniones de los consumidores. Por otro lado, este proyecto de investigación buscaba analizar la incidencia de los mercados campesinos y el emprendimiento en la economía de Chinchiná-Caldas y las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta durante un período específico. Ambos estudios tienen como objetivo comprender y evaluar el papel de los mercados campesinos en el contexto local, destacando su importancia en el fortalecimiento de la economía y el bienestar de las comunidades rurales. Al considerar diferentes aspectos relacionados con los mercados campesinos, tanto desde la perspectiva de los compradores como de los productores y emprendedores, se puede obtener una visión más completa y contextualizada de su impacto en la economía y la sociedad local.

Rol de actores en mercados locales y campesinos de Colombia y México

En contraste, Roldán (2020) llevó a cabo un análisis comparativo de los roles y las formas de influencia de los involucrados en seis mercados locales y campesinos ubicados en México y Colombia, examinando sus trayectorias, motivaciones y diversas estrategias. La metodología empleada se basó en enfoques cualitativos, aprovechando diversas herramientas e instrumentos para recolectar y analizar información. Se orientó hacia una perspectiva centrada en el actor y se llevaron a cabo estudios de caso para dar voz a los protagonistas y entender sus roles, contextos y

formas de participación. Los resultados obtenidos señalan que las trayectorias, experiencias e intereses de los participantes en estos mercados moldean las prácticas relacionadas con la producción, el comercio, la organización y el consumo.

Esta diversidad a su vez conduce a la adopción de variadas estrategias para abordar desafíos similares. No obstante, se reconoce que existen limitaciones debido a las particularidades de los contextos, las trayectorias individuales de los participantes y las situaciones que enfrentan. Esto significa que las funciones, objetivos y estrategias evolucionan de manera constante. Roldán llegó a la conclusión de que la heterogeneidad y dinamismo de los participantes en estos mercados locales y campesinos permiten vislumbrar la posibilidad de establecer relaciones y vínculos que van más allá de lo meramente comercial. Estos espacios adquieren significados e intereses variados entre sus involucrados, demostrando la capacidad de trascender las transacciones económicas y generar impactos sociales y culturales de importancia.

Este antecedente fue tomado en cuenta porque al hacer un comparativo se encontró que los dos buscan obtener una comprensión más profunda del papel de los actores en los mercados locales y campesinos, así como su influencia en el desarrollo económico y el bienestar de las comunidades rurales. Al considerar las experiencias, estrategias y perspectivas de los actores involucrados en estos mercados, se esperaba obtener información valiosa sobre las dinámicas y los desafíos que enfrentan, así como identificar oportunidades para fortalecer y mejorar estos espacios de comercialización agrícola.

¿Estrategia de implementación de soberanía alimentaria? Mercados campesinos, Caso en Cundinamarca

Igualmente, Pachón-Romero & Pachón-Ariza (2020) examinan el proceso de establecimiento de los mercados campesinos en el municipio de Sibaté, Colombia, desde una perspectiva de

Soberanía Alimentaria. Emplearon una metodología mixta que involucró entrevistas y encuestas dirigidas a campesinos, consumidores y funcionarios públicos que participaron en esta estrategia. Los resultados obtenidos revelan que solo dos de los principios de la Soberanía Alimentaria han sido aplicados de manera limitada en este contexto: el intercambio alternativo de alimentos y la promoción de la convivencia social. Se destaca que se ha logrado impulsar la producción de alimentos para el consumo local y se ha reducido la intervención de intermediarios, lo que ha fomentado relaciones de solidaridad y apoyo mutuo entre los diferentes actores.

No obstante, se señala que el avance en relación a otros aspectos de la Soberanía Alimentaria aún se encuentra en una etapa temprana. Esto podría atribuirse a la falta de control democrático ejercido por los actores involucrados y al énfasis predominantemente económico que se ha dado a la estrategia. En resumen, el caso del municipio de Sibaté demuestra que los Mercados Campesinos han logrado implementar de manera parcial algunos de los principios de la Soberanía Alimentaria, como el intercambio alternativo de alimentos y la promoción de la convivencia social. No obstante, se reconoce que hay áreas que requieren mayor desarrollo, posiblemente debido a la carencia de un control democrático efectivo y al enfoque preponderante en aspectos económicos.

Con este antecedente y la presente investigación se buscaba explorar cómo estas iniciativas del mercado campesino contribuyen a fortalecer la autonomía y la seguridad alimentaria de las familias campesinas, promoviendo la producción y comercialización local de alimentos. Por tanto, hubo un interés común por comprender y evaluar el impacto de los mercados campesinos en las comunidades rurales, ya sea en términos de soberanía alimentaria o de desarrollo económico local. Al finalizar esta investigación, ambos estudios ofrecen información valiosa para promover y fortalecer estos mercados como una estrategia clave para el bienestar de las comunidades campesinas y el fomento de sistemas alimentarios más sostenibles y resilientes.

***Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Girardot -
Cundinamarca***

En el año 2020, Gutiérrez y Toro llevaron a cabo una investigación con el propósito principal de identificar los elementos clave relacionados con el desarrollo y la creación de emprendimientos en la ciudad en respuesta al aumento en la proliferación de ideas de negocios y startups. Los investigadores adoptaron una metodología de investigación exploratoria con un enfoque cualitativo, explorando el fenómeno en estudio mediante el análisis de las características, aspectos o factores que influyen en los emprendedores para concebir sus ideas productivas. Para obtener información, emplearon la técnica de la entrevista semi-estructurada dirigida a emprendedores, además de consultar fuentes académicas que abordaran investigaciones similares.

Los resultados de esta investigación pusieron de manifiesto la evidente necesidad de reforzar la posición en el mercado, las ventajas competitivas y la eficacia operativa de las organizaciones bajo análisis. Esta necesidad surge debido a la creciente competencia, la globalización y la expansión de los mercados. El entorno empresarial ha experimentado un incremento sustancial, con nuevos participantes ingresando de manera constante, generando un ambiente de rivalidad y competencia por la cuota de mercado. Además, el análisis efectuado permitió obtener un panorama actual de los emprendedores en la ciudad de Girardot, captando sus necesidades y desafíos, como la preocupación por la seguridad, el crimen y la entrada de nuevos competidores, entre otros factores. Otro hallazgo relevante expuso las dificultades asociadas con la disponibilidad de recursos financieros y desafíos sociales, como el impacto negativo del brote de COVID-19 en los emprendedores. Estos se enfrentaron al desafío del confinamiento a nivel nacional y a la proliferación de nuevos emprendimientos, lo que saturó el mercado debido a una demanda limitada.

En términos de conclusiones extraídas por Gutiérrez y Toro, se identificaron cuatro factores internos cruciales en el desarrollo del emprendimiento: la influencia de la familia, la crianza y la

educación, que conforman pilares fundamentales en la formación de un emprendedor y en la vocación de crear ideas de negocio. Adicionalmente, se identificaron cuatro factores externos decisivos para el desarrollo de los emprendimientos en la ciudad de Girardot: la cultura, el contexto social, financiero y legal, que influyen directamente en el progreso del emprendimiento y en la toma de decisiones sobre si embarcarse en esta actividad o no.

Al hacer match fue evidente que las dos investigaciones (la referenciada y la presente) tienen el objetivo de identificar y comprender los factores que promueven o limitan el desarrollo del emprendimiento en diferentes contextos. Si bien el referente se centra en Girardot, la presente investigación buscaba aplicar esta perspectiva al análisis de la incidencia del mercado campesino en Chinchiná-Caldas. Por tanto, las dos investigaciones se encontraron al querer explorar y entender los factores que impulsan el desarrollo de los mercados campesinos en diferentes áreas geográficas. Cabe aclarar que se centran en contextos diferentes, pero como pares aportan conocimientos valiosos sobre cómo fomentar y el impacto en la economía local y en las comunidades campesinas, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al bienestar de la población local.

Vínculos entre Movimientos Sociales, Políticas Públicas y Mercados Agrícolas Familiares en Chile

De manera similar, en un contexto chileno, Muñoz & Niederle (2020) realizaron un análisis sobre las perspectivas de los movimientos sociales en Chile en relación con las políticas implementadas por el Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (Indap) para establecer mercados alimentarios enfocados en la agricultura familiar campesina. El estudio se llevó a cabo a través de entrevistas con líderes de la Asociación Nacional de Mujeres Rurales e Indígenas (Anamuri), el Movimiento Agroecológico Latinoamericano (Maela) y el Movimiento Unitario Campesino y Etnias de Chile (Mucech). También se llevaron a cabo entrevistas con técnicos del Indap y se observaron experiencias de comercialización.

Los resultados obtenidos ponen de relieve una paradoja en el contexto de la economía neoliberal chilena: a pesar de la prominente presencia del Estado en esta economía, el Indap juega un papel central en el fomento de iniciativas de mercados alternativos para la agricultura familiar campesina. Esto resalta la contradicción entre la participación activa del Estado y el enfoque neoliberal. Además, se observa una fragmentación entre los movimientos sociales y sus diferentes interpretaciones acerca de las experiencias en los mercados. Esta falta de cohesión en la definición de estrategias para la agricultura familiar y campesina refleja la diversidad de perspectivas y enfoques dentro de estos movimientos. La falta de consenso puede dificultar la implementación efectiva de políticas y acciones que promuevan el desarrollo y fortalecimiento de la agricultura familiar campesina en Chile.

Este estudio destaca la paradoja de la participación estatal en la economía neoliberal chilena a través del Indap y subraya la falta de unidad y las divergencias interpretativas dentro de los movimientos sociales en relación con las políticas y experiencias de mercado dirigidas a la agricultura familiar campesina. Esto resalta la necesidad de establecer un mayor diálogo y colaboración entre los actores involucrados para lograr consensos y definir estrategias efectivas que fomenten el desarrollo sostenible de este sector agrícola. Los hallazgos de Muñoz & Niederle y la presente investigación acerca del impacto de los mercados campesinos en Chinchiná-Caldas tienen similitudes al examinar cómo los movimientos sociales y las políticas públicas pueden influir en la creación y fortalecimiento de mercados que respalden el desarrollo de la agricultura familiar campesina. Ambos enfoques buscan comprender las dinámicas y estrategias que promueven la sostenibilidad económica y social de las comunidades rurales, generando conocimientos valiosos para fomentar la inclusión, el bienestar y el crecimiento de los agricultores y sus familias.

Dinámica y Desafíos del Mercado Campesino COOPMERCASAN en Florencia, Caquetá

En otro enfoque, Sánchez, Gómez & Millán (2020) se centran en el mercado campesino de Coopmercasan, que comenzó su operación en 2011 en el municipio de Florencia, ubicado en el departamento de Caquetá. Este mercado ofrece productos agrícolas frescos y seguros. A lo largo de ocho años de funcionamiento, se han experimentado logros y desafíos, además de recibir apoyo por parte de diversas instituciones. No obstante, actualmente existe un vacío de conocimiento respecto a la evolución y los obstáculos que han surgido en el transcurso del tiempo. Por lo tanto, el propósito de esta investigación radicó en analizar las dinámicas de esta experiencia mediante la autorreflexión, la recopilación de información y la orientación hacia la toma de decisiones y acciones de mejora.

Este estudio se realizó en el municipio de Florencia, utilizando encuestas, entrevistas y observación participante como instrumentos de recopilación de datos. Dentro de las conclusiones más destacadas, se evidencia que, a pesar de haber logrado construir una base interesante de clientes, la oferta del mercado no ha logrado cumplir con las expectativas en términos de volumen y diversidad de productos demandados por los consumidores. Además, a pesar de que gran parte del respaldo institucional se ha enfocado en fortalecer los aspectos organizativos, este continúa siendo uno de los aspectos más frágiles del mercado. El artículo subraya que, en relación con su base de clientes, el mercado campesino de Coopmercasan ha obtenido cierto éxito; sin embargo, enfrenta desafíos en cuanto a la variedad de productos disponibles y la fortaleza de su organización. La investigación resalta la importancia de reflexionar sobre la experiencia acumulada y recopilar información con el fin de orientar acciones de mejora futuras.

En ambos contextos (el antecedente y la presente investigación), el enfoque de estudio son los mercados campesinos y su impacto en las economías locales y en la vida de las comunidades rurales. En ellos se aborda el análisis de las dinámicas, desafíos y oportunidades que enfrentan los mercados campesinos en diferentes contextos geográficos, con el objetivo de comprender su funcionamiento, su contribución al desarrollo económico y social, y proponer estrategias para su

fortalecimiento. A través de la investigación y el estudio de casos específicos, se buscaba generar conocimiento y recomendaciones prácticas para promover la sostenibilidad y el crecimiento de los mercados campesinos, así como mejorar las condiciones de vida de las familias campesinas involucradas en estas actividades económicas.

Influencia de la Economía Rural en Colombia

En el año 2020, Mendoza, Vélez y Rodríguez realizaron un análisis que se centró en el impacto, la importancia y el crecimiento de la economía rural en Colombia. El propósito fundamental de esta investigación fue destacar la relevancia fundamental del sector agrícola en el desarrollo y la funcionalidad económica del país. Las investigadoras se enfocaron en llevar a cabo una revisión bibliográfica mediante la consulta de repositorios académicos como Scielo, Redalyc, Dialnet, entre otros. Los resultados más destacados de este estudio se relacionan con el comportamiento económico, los desafíos del desarrollo rural, el Producto Interno Bruto (PIB) y la repercusión del sector agrícola en el panorama global. Entre las conclusiones más notables, resalta la urgente necesidad de otorgar dignidad a los campesinos y garantizar que este sector cuente con igualdad de oportunidades y protecciones que los otros sectores económicos del país, sin menoscabar a ninguno de ellos.

Este análisis y la investigación que se llevó a cabo se centraron en comprender y evaluar el papel de la economía rural en el contexto colombiano. Es así como abordan el estudio de las actividades económicas desarrolladas en zonas rurales y su impacto en el desarrollo local, centrándose en el mercado campesino como elementos clave. Por eso el objetivo de ambos fue identificar los efectos y la influencia de estas actividades en la economía, así como en las condiciones de vida de las familias campesinas. Al analizar la economía rural y los mercados campesinos, se buscaba obtener conocimientos que puedan contribuir a la promoción de políticas y estrategias de

desarrollo sostenible, impulsando la participación activa de las comunidades rurales y fomentando el crecimiento económico local.

Seguridad Alimentaria: Revisión Sistemática y Análisis No Convencional

En un análisis alternativo, Ramírez, Vargas y Cárdenas llevaron a cabo un estudio en el año 2020 con el objetivo de respaldar la importancia de enfoques diversos para abordar la seguridad alimentaria. El proceso de investigación se desarrolló mediante un procedimiento de revisión de literatura que abarcó etapas como la definición del alcance, la planificación, la identificación y búsqueda de material relevante, la selección de fuentes, la evaluación de su pertinencia, y finalmente, la presentación e interpretación de los resultados. A través de este proceso, llegaron a resultados vinculados con la seguridad alimentaria, además de llevar a cabo una discusión sobre su definición, la inseguridad alimentaria y la estimación de esta problemática en este ámbito.

Los investigadores concluyeron que la inseguridad alimentaria en los hogares conlleva múltiples efectos, principalmente relacionados con la malnutrición, enfermedades, el riesgo de conflictos sociales y políticos, la inestabilidad y la disminución de la productividad económica. Además, resaltaron que la cuestión de la seguridad alimentaria sigue siendo relevante y es objeto de estudio en la comunidad científica, especialmente en relación con los 17 objetivos de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Por otro lado, identificaron que las causas fundamentales de la inseguridad alimentaria se encuentran arraigadas en la injusticia social, la desigualdad y la falta de garantías que permitan el acceso a los derechos económicos, sociales, culturales y medioambientales, incluyendo el derecho a la alimentación de la población. A pesar de la diversidad presente en la población global, la inseguridad alimentaria ha sido frecuentemente asociada con factores y consecuencias tales como el ingreso nacional, la salud y el bienestar general.

Este estudio que se cita y la presente investigación tienen como común denominador la seguridad alimentaria. A través de los dos se pretendía comprender la situación de seguridad

alimentaria en contextos rurales, evaluando los diferentes factores que influyen en el acceso a alimentos suficientes, nutritivos y culturalmente apropiados. Por medio de una revisión sistemática y un análisis no convencional, el primero brindaba una visión general de la seguridad alimentaria a nivel teórico y conceptual, por su lado el segundo buscaba examinar específicamente la incidencia del mercado campesino en la mejora de la seguridad alimentaria en Chinchiná-Caldas. Hay un complemento entre los dos al proporcionar una perspectiva amplia y profunda sobre la seguridad alimentaria, desde su fundamentación teórica hasta su aplicación práctica en un contexto específico.

Agroecología y Soberanía Alimentaria: Perspectivas para el Debate hacia una Agricultura

Sostenible

En su artículo, Hidalgo y Sorondo (2020) llevaron a cabo un análisis sobre los patrones de consumo y producción insostenibles que prevalecían en el ámbito agrícola y que se veían fortalecidos por los riesgos asociados a los transgénicos y los monocultivos altamente dependientes de tecnología, energía y contaminantes. Los autores también argumentaron que se estaba perdiendo tierra agrícola debido a la controvertida siembra de biocombustibles. En respuesta a estas problemáticas, presentaron ideas destinadas a promover una reflexión crítica sobre estos temas, considerada esencial para construir la sostenibilidad y plantear nuevas direcciones de acción en la producción y el consumo.

Las reflexiones que compartieron surgieron de un análisis reflexivo de documentos y discusiones. Estas contribuciones se presentaron con la intención de resaltar la intrincada naturaleza de la actividad agrícola y los patrones de consumo, así como de enfatizar la importancia de reconocer la agroecología como una aliada en este contexto. Los investigadores propusieron varias categorías para la discusión, con el objetivo de respaldar su investigación, entre las cuales destacan: la promoción de la producción agroecológica para abordar el hambre y erradicar la pobreza, la necesidad de superar conceptos tradicionales desde enfoques económicos, sociales y ecológicos, la

importancia de la seguridad y soberanía alimentaria, el papel de la agricultura urbana en el abastecimiento de alimentos, la relevancia de la formación científica y la valoración del conocimiento popular.

En sus conclusiones, Hidalgo y Sorondo expresaron que superar la problemática del hambre requeriría un cambio en los modelos agrícolas predominantes, dando paso a nuevas iniciativas con un enfoque agroecológico y territorial. Para lograr este cambio, es crucial comprender el contexto productivo complejo en el que intervienen diversos sectores agrícolas, los cuales deben ser valorados por la contribución que aportan a la sociedad. En última instancia, el artículo titulado "Agroecología y soberanía alimentaria: ideas para el debate en camino a la agricultura sostenible" y el proyecto de investigación que abordaba la incidencia del mercado campesino en la economía de Chinchiná-Caldas y en las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta, convergen en un enfoque común centrado en la agroecología y la soberanía alimentaria.

Ambos reconocen la importancia de promover prácticas agrícolas sostenibles y el empoderamiento de las comunidades rurales en la producción y acceso a alimentos saludables y culturalmente apropiados. El artículo proporciona ideas y argumentos para el debate sobre estos temas, mientras que el proyecto de investigación buscaba analizar concretamente la incidencia del mercado campesino en la promoción de la agroecología y la soberanía alimentaria en el municipio de Chinchiná-Caldas. Ambos aportan a la reflexión y búsqueda de alternativas para una agricultura más sostenible y una mayor autonomía de las comunidades rurales en la producción y consumo de alimentos.

Agricultura Sostenible y Resiliente en América Latina y el Caribe: Análisis de Transformaciones

Exitosas

En el año 2021, la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) publicó un informe que exploraba siete ejemplos exitosos de cómo se habían alineado

con éxito los objetivos ambientales con la producción agrícola eficiente y socialmente inclusiva. Estos casos fueron analizados con el propósito de ilustrar posibles vías hacia sistemas de producción más sostenibles y resistentes, basados en los sistemas productivos existentes. El informe presenta descubrimientos destacados en diversas áreas, incluyendo la evaluación de los beneficios, la gestión de factores críticos en el proceso de transformación y el éxito de las iniciativas de cambio.

Asimismo, el documento ofrece recomendaciones sólidas y viables para impulsar este tipo de cambio. Entre las conclusiones clave, el estudio resalta la importancia de reconocer y destacar los múltiples beneficios económicos y sociales generados por las iniciativas diseñadas y financiadas con el propósito de mitigar el impacto de la actividad agrícola en los recursos naturales y el clima. El análisis demuestra el potencial multiplicador de las medidas implementadas, que contribuyen a que los gobiernos alcancen una variedad de objetivos a corto, mediano y largo plazo, más allá de los aspectos ambientales y climáticos. Estos objetivos engloban la creación de empleos, la productividad, la eficiencia, el desarrollo tecnológico, la competitividad, el fortalecimiento del tejido social y la mejora de la salud pública, entre otros aspectos.

Se tomó este referente porque tiene concordancia con el objetivo de la presente investigación al promover una agricultura sostenible y resiliente. De un lado, el artículo analiza siete casos exitosos de transformación agrícola en América Latina y el Caribe, resaltando las prácticas y estrategias que han conducido a resultados positivos. De otro lado, la presente investigación buscaba específicamente analizar cómo el mercado campesino puede incidir en la economía local y en el desarrollo de las familias campesinas en Chinchiná-Caldas. Es así como se enfocan en identificar prácticas y enfoques que promuevan una agricultura más sostenible, resistente al cambio climático y que mejore la calidad de vida de las comunidades rurales. También aportan conocimientos valiosos para la construcción de alternativas agrícolas más sostenibles y resilientes.

Mercado Campesino y Relaciones Institucionales en Ibagué, Colombia

Saavedra & Cubillos (2021), en su artículo, exploran el uso de los Mercados Campesinos de Ibagué (MCI) como una forma de circuito corto de comercialización de alimentos, que involucra un máximo de un intermediario. Este enfoque se plantea como una alternativa popular a las cadenas de suministro convencionales de productos agrícolas como hortalizas, frutas y verduras, que a menudo son susceptibles al lavado de activos y a prácticas económicas desleales. En el municipio de Ibagué, los MCI operan como un circuito de comercialización de corto alcance, apoyado en parte por las propias familias campesinas de los corregimientos Gamboa y Villa Restrepo, con cierto respaldo estatal.

A través de un estudio de caso llevado a cabo entre 2017 y 2018, los investigadores analizaron a las familias que habían estado participando en los MCI durante dos años. Se recopiló información de las entidades estatales locales y se identificaron categorías latentes y manifiestas entre los consumidores y los campesinos. Esto condujo a la formulación de un modelo de circuito corto de comercialización que podría ser adaptado según la idiosincrasia de los campesinos suburbanos y de las veredas más alejadas de Ibagué. Los resultados mostraron que el 86% de las familias que participaban en los MCI se centraban en el cultivo de café como su actividad principal, y que antes de unirse a los MCI, dependían exclusivamente de los ingresos generados por esta actividad. Sin embargo, una vez involucrados en los MCI, comenzaron a valorar otras especies vinculadas al cultivo principal, lo que les permitió diversificar sus parcelas y ampliar la variedad de productos ofrecidos en el mercado, mejorando así su autoconsumo.

A pesar de que este estudio se centró en una muestra específica de campesinos productores en el municipio de Ibagué, resulta relevante en el contexto de la proliferación de grandes superficies de abastecimiento de productos agrícolas que afectan a Ibagué y Colombia en general. Se considera que este estudio marca un buen inicio en la defensa de la soberanía y la seguridad alimentaria. El artículo analiza de manera específica el mercado campesino en el municipio de Ibagué, explorando

su funcionamiento y su interacción con las instituciones locales. En comparación, el proyecto de investigación en cuestión se enfoca en el análisis de la influencia del mercado campesino en la economía local y en las familias campesinas de Chinchiná-Caldas. Juntos, estos estudios subrayan la importancia de los mercados campesinos como estrategias de desarrollo económico y social en las comunidades rurales. Además, ambos resaltan la relevancia de las relaciones institucionales para el fortalecimiento y éxito de los mercados campesinos. Al converger en estos temas, ambos trabajos aportan valiosos conocimientos para comprender y promover la importancia de los mercados campesinos en contextos rurales y su relación con las instituciones locales.

Sistema Participativo de Garantías (SPG) en Territorios Cafeteros Rurales del Cauca, Colombia

Desde la perspectiva de Montoya & Ramírez (2021), su enfoque se centró en el fortalecimiento de la economía campesina, la producción agroecológica y la interacción entre organizaciones sociales de base en los territorios cafeteros del departamento del Cauca, Colombia. Se observó que tanto a nivel de la finca como del territorio, las dinámicas socioeconómicas de la caficultura en el Cauca están en sus primeras etapas en términos de desarrollar certificaciones propias que puedan mejorar la comercialización de productos agroecológicos y orgánicos, al mismo tiempo que refuercen los vínculos directos entre productores y consumidores. Ante esta situación, se planteó la propuesta de implementar un Sistema Participativo de Garantía (SPG) como una estrategia y herramienta de certificación para los productos agroalimentarios locales. Esta estrategia subraya la acción colectiva de las comunidades y busca consolidar la confianza entre productores y consumidores.

Es importante resaltar que los agricultores caficultores en el Cauca no solo se dedican a la producción de café, sino que también comercializan otros productos derivados de sus fincas. Sin embargo, sus productos no son reconocidos por los consumidores en los mercados convencionales como resultado de prácticas agroecológicas. Para abordar esta situación, se analizan dos experiencias

de SPG en los departamentos de Risaralda y Valle del Cauca, lideradas por agricultores agroecológicos locales. Estas experiencias sirven como referencia para establecer un camino en el Cauca. Utilizando un enfoque de Investigación-Acción-Participación (IAP), se identifican los factores cruciales para la implementación exitosa de un SPG y se lleva a cabo un análisis cualitativo de los casos estudiados.

Los resultados obtenidos resaltan la necesidad de explorar la identificación de circuitos comerciales que permitan a los caficultores en el Cauca vender sus productos a través de canales con menos intermediarios, facilitando así una venta basada en la confianza directa del consumidor. Esta estrategia tiene el potencial de fortalecer la economía local y mejorar el reconocimiento de los productos agroecológicos en el mercado. En conjunto, la implementación de un SPG y la búsqueda de circuitos comerciales adecuados tienen la capacidad de potenciar la economía campesina, promover la producción agroecológica y fortalecer las conexiones entre productores y consumidores. Esto, a su vez, contribuiría a aumentar la resiliencia ante el cambio climático y promover la soberanía alimentaria en los territorios cafeteros del Cauca.

El presente y la investigación realizada tienen un parecido al enfocarse en las estrategias de garantía y certificación en la agricultura local. En primer lugar, este antecedente se centra en el SPG como una estrategia administrativa utilizada en los territorios cafeteros del Cauca para garantizar la calidad de los productos agrícolas y fortalecer la economía rural. En segundo lugar, la investigación realizada se enfocaba en analizar la incidencia del mercado campesino en la economía local y en las familias campesinas de Chinchiná-Caldas. Los estudios reconocen la importancia de las estrategias de garantía y certificación para promover la confianza y el desarrollo de los mercados campesinos. Con esto hay un aporte en cuanto a conocimientos valiosos para comprender y promover la implementación de sistemas participativos de garantía en los mercados campesinos, así como para evaluar el impacto económico y social de estos mercados en las comunidades rurales.

Asociatividad: Estrategia para Mercados Campesinos y Desarrollo Rural

El trabajo realizado por Guzmán, Hernández, Pesillo & Gómez (2022) resalta la relevancia de la asociatividad como una estrategia para mejorar la calidad de vida de las mujeres rurales a través de los mercados campesinos. Esta estrategia tiene como objetivo fomentar la participación activa de las mujeres en la economía, haciendo hincapié en el liderazgo como forma de participación ciudadana y reconociendo la igualdad de género. La investigación adoptó un enfoque descriptivo y utilizó un paradigma mixto (cuantitativo-cualitativo), con un enfoque empírico analítico e interpretativo comprensivo.

La implementación de estrategias basadas en la asociatividad en los mercados campesinos se destaca en el estudio. En estos mercados, la venta de productos se realiza directamente, eliminando intermediarios y formando parte de los circuitos cortos de comercialización. Esta práctica contribuye al aumento de los ingresos de las mujeres rurales, brinda una mejor atención al consumidor, asegura mayor calidad en los productos y alienta a la comunidad a adquirir los productos en el lugar designado. El artículo también subraya la existencia de asociaciones consolidadas que han emprendido diversos proyectos, pero resalta la necesidad de fortalecer aspectos que permitan mejoras y beneficios mutuos.

Las conclusiones del artículo subrayan la importancia de motivar a las mujeres rurales a participar en asociaciones, con el fin de garantizar continuidad y acceder a recursos gubernamentales que les permitan desarrollar proyectos agrícolas y contribuir al bienestar social e individual. Se resalta la necesidad de aprovechar eficazmente el funcionamiento de los mercados campesinos para satisfacer la demanda potencial de los consumidores. En resumen, el estudio destaca la relevancia de la asociatividad como una estrategia para el desarrollo rural, y cómo esta puede fortalecer la economía rural y el desarrollo de las comunidades agrícolas.

Comparativamente, el proyecto de investigación que analiza el impacto del mercado campesino en la economía local y en las familias campesinas de Chinchiná-Caldas también examina

cómo la asociatividad puede ser una herramienta crucial para promover la comercialización conjunta, generar ingresos y empoderar a los agricultores locales. Ambos trabajos contribuyen a la comprensión de cómo la asociatividad puede ser un elemento fundamental en el contexto de los mercados campesinos y cómo puede influir en el desarrollo rural sostenible.

Sistematización de Circuito Corto de Comercialización: Estudio de Caso en Tibasosa, Boyacá

El estudio realizado por Chavarro, Zamudio & Castillo (2022) se centró en la sistematización de la experiencia de un circuito corto de comercialización (CCC) en el Municipio de Tibasosa, Boyacá, con el propósito de divulgar y analizar una experiencia exitosa en este ámbito. Para lograr esto, se adoptó un enfoque de investigación histórico-hermenéutico y se llevó a cabo un estudio descriptivo utilizando herramientas de investigación cualitativa, como entrevistas a profundidad procesadas con el software Atlas.ti.

En el CCC de Tibasosa, los productores han implementado una planificación estratégica en la producción y comercialización de hortalizas orgánicas. Esto ha permitido a los consumidores conocer el origen de los productos que adquieren, creando un vínculo directo entre los productores y los consumidores. La persistencia y disciplina de los productores han sido fundamentales para mantener este proceso comercial y organizativo durante más de 26 años. No obstante, también se reconoce la necesidad de generar nuevas estrategias a una mayor escala para continuar avanzando y adaptándose a las demandas cambiantes.

Los resultados obtenidos en esta investigación resaltan la importancia de los CCC como espacios que fortalecen las relaciones entre el ámbito rural y urbano, así como entre los productores y los consumidores finales. La conexión directa entre estos dos extremos de la cadena de suministro contribuye a una mayor transparencia en cuanto al origen y la producción de los alimentos, así como a la promoción de prácticas agrícolas sostenibles y orgánicas.

Este estudio comparte similitudes con el enfoque de otros trabajos de investigación que también exploran la importancia de los circuitos cortos de comercialización y su impacto en la relación entre los productores y los consumidores. Así como en los demás trabajos mencionados anteriormente, se enfatiza la relevancia de este enfoque en la promoción de prácticas sostenibles, la mejora de la economía rural y el fortalecimiento de las comunidades agrícolas.

De esta manera, la presente investigación como la propuesta investigativa comparte un enfoque común en los circuitos cortos de comercialización. La primera se centra en la sistematización de una experiencia específica en Tibasosa, Boyacá, donde se implementó un circuito corto de comercialización que fomenta la venta directa entre los productores y los consumidores, eliminando intermediarios. La segunda, tiene como objetivo examinar el impacto del mercado campesino en la economía local de Chinchiná-Caldas. Los estudios reconocen la importancia de los circuitos cortos como una estrategia que fortalece la conexión directa entre los agricultores y los consumidores, mejorando los beneficios económicos y promoviendo el desarrollo sostenible de las comunidades rurales. Tanto la primera como la segunda contribuyen al conocimiento y la promoción de los circuitos cortos de comercialización como una alternativa que impulsa la economía local y fortalece la relación entre los productores y los consumidores.

En este capítulo se presentaron un conjunto de artículos e investigaciones que han sido relevantes para la comprensión de los mercados campesinos en Colombia. Los resultados de estos estudios muestran que los mercados campesinos son una importante estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural ya que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los productores y consumidores, además promueven el desarrollo rural incluyente. Los mercados campesinos ofrecen una serie de beneficios para los productores, como un mejor acceso a los mercados, precios más justos, y la oportunidad de comercializar sus productos directamente con los consumidores. Así mismo ofrecen una serie de beneficios para los consumidores, como la posibilidad

de acceder a alimentos frescos, sanos, y de producción local, a precios más bajos que en los supermercados.

Adicionalmente a los beneficios económicos, los mercados campesinos también tienen una serie de beneficios sociales y ambientales porque contribuyen a la conservación de la biodiversidad, el desarrollo de la agricultura sostenible y la preservación de la cultura campesina. Los resultados de los estudios revisados en este capítulo muestran que los mercados campesinos son una herramienta importante para el desarrollo rural en Colombia dado que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los productores y consumidores y promueven el desarrollo rural incluyente. Los mercados campesinos son una estrategia sostenible y resiliente para el desarrollo rural y tienen el potencial de contribuir a la seguridad alimentaria en Colombia.

Sistema de Supuestos

En el contexto del primer semestre de 2023, el presente capítulo se enfoca en definir el sistema de supuestos que rodea la importancia del mercado campesino en las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná, Caldas. El objetivo principal de esta investigación fue analizar el papel que desempeña el mercado campesino en la economía de las familias rurales de la región y su contribución al desarrollo socioeconómico del municipio en su conjunto. Para ello, a través de los supuestos relacionados a continuación, se proyecta una visión integral y fundamentada sobre cómo esta forma de comercio local impacta en la vida de los habitantes de las veredas seleccionadas y en la dinámica económica local:

El Mercado campesino tiene un impacto positivo en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas.

La promoción y la visibilización del mercado campesino por parte de la Alcaldía de Chinchiná contribuyen al fortalecimiento de la identidad cultural campesina y al fomento del consumo local.

Se requieren insumos para la generación de políticas públicas que fomenten la comercialización y distribución de productos del mercado campesino para las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná.

Sistemas de categorías

En el contexto de este trabajo investigativo, fue fundamental establecer una serie de categorías que llevaran a comprender la dinámica de los mercados campesinos, el modo de vida de las familias campesinas y la economía que sustenta estas comunidades rurales. Categorías que fueron esenciales para el análisis de la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas en las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta, ubicadas en el municipio de Chinchiná, Caldas, durante el primer semestre de 2023. En ese sentido, se destacan tres categorías fundamentales: el mercado campesino como un espacio directo de intercambio donde las familias campesinas venden sus productos agrícolas, ganaderos y artesanales; las familias campesinas como unidades arraigadas en la vida rural, cuya subsistencia se basa en la actividad agrícola y agropecuaria, y que conservan conocimientos tradicionales y valores culturales; y la economía campesina que, anclada en la producción local y sostenible, trasciende la mera transacción comercial, valorando la sostenibilidad y la cultura local.

Estas categorías interconectadas conformaron el núcleo conceptual del estudio y su análisis permitió comprender cómo la participación en el mercado campesino incide en la economía de las familias campesinas, influyendo en el desarrollo socioeconómico a nivel local como en el municipio. La información recabada de fuentes gubernamentales y la interacción con la población rural enriquecieron la perspectiva de este análisis siendo lo que conformó el corazón de este estudio investigativo. Al analizar cómo el mercado campesino influye en la economía de las familias campesinas en estas veredas específicas, durante el primer semestre de 2023, se lograron comprender las dinámicas en el desarrollo socioeconómico de la comunidad rural y cómo esta participación se relaciona con el progreso más amplio del municipio. La obtención de datos a través de fuentes gubernamentales y la participación activa de la población rural durante el proceso enriquecieron la investigación y proporcionaron una visión completa y precisa de este tema de relevancia local y global.

Marco Metodológico

El presente trabajo se llevó a cabo mediante una investigación tipo cualitativa con enfoque de Investigación-Acción. Para recolectar la información necesaria, se emplearon dos técnicas principales: la observación participante y la entrevista, por un lado, la observación participante implica que el investigador se involucra directamente en el contexto social que se está estudiando, participando activamente en las actividades y eventos junto con los sujetos de investigación. Por otro lado, la entrevista que se aplicó combinó elementos de la entrevista, permite obtener datos tanto representativos en esta.

El enfoque de Investigación-Acción combina la descripción de la realidad social con la búsqueda activa de mejorarla, mediante la participación de investigadores y participantes en la solución de problemas prácticos. La utilización de métodos cualitativos como entrevistas y observación participante permitió comprender las experiencias y perspectivas de las familias campesinas y los actores involucrados en el mercado campesino. Este enfoque de investigación se centra en el ser humano y busca comprender los fenómenos en su ambiente habitual. Se alinea con la visión de Kurt Lewin, considerado el padre de la Investigación-Acción, quien enfatizó la importancia de combinar investigación y acción para abordar problemas sociales y promover el cambio. La obra de William F. Whyte, "Street Corner Society", también se considera precursora de este enfoque, abogando por la investigación basada en la observación participante y la acción colaborativa para comprender y abordar problemas sociales.

La investigación se centró en analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Queiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas durante el primer semestre de 2023. El objetivo fue comprender su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio, para lo cual se utilizaron información de entes gubernamentales y población rural del municipio. Los resultados obtenidos podrían utilizarse para

mejorar la calidad y eficacia del mercado campesino y promover el desarrollo rural sostenible en el municipio.

Diseño de la Investigación

Investigación descriptiva

Con base a los objetivos planteados, el presente estudio se desarrolló como una investigación descriptiva en la cual Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2020) se refieren a un enfoque utilizado para describir, detallar y analizar fenómenos o eventos tal como son, sin realizar manipulación o intervención. Su objetivo principal es proporcionar una representación precisa y sistemática de las características y particularidades de un tema de estudio específico. En este sentido, la investigación descriptiva es la metodología apropiada para abordar el objetivo mencionado con relación a la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas en el municipio de Chinchiná-Caldas. Al utilizar un diseño descriptivo, el estudio se centró en proporcionar una caracterización detallada de la estructura y comportamiento del mercado campesino, así como identificar el impacto económico en el primer semestre de 2023.

La investigación descriptiva permitió recopilar datos relevantes sobre la participación de las familias campesinas en el mercado campesino, analizar la magnitud de su contribución económica y examinar cómo influye en sus ingresos y bienestar económico. El diseño descriptivo no se adentró en las causas o relaciones de causa-efecto, sino que se centró en proporcionar una descripción precisa de la situación actual y los resultados obtenidos, ayudando a comprender la importancia del mercado campesino en la economía local y proporcionar una base sólida para futuros estudios que exploren las relaciones de causa y efecto o las categorías subyacentes que pueden influir en el impacto económico del mercado campesino en las familias campesinas.

El estudio se centró en proporcionar una caracterización detallada de la estructura y comportamiento del mercado campesino, así como identificar el impacto económico en el primer

semestre de 2023. La investigación descriptiva permitió recopilar datos relevantes sobre la participación de las familias campesinas en el mercado campesino, analizar la magnitud de su contribución económica y examinar cómo influye en sus ingresos y bienestar económico. Además, se espera que este análisis sirva como referencia para futuras investigaciones y proyectos destinados a promover un crecimiento equitativo y resiliente en el ámbito rural.

Enfoque de Investigación

El enfoque de investigación para este estudio fue la Investigación-Acción, un enfoque participativo y comprometido que busca abordar el problema planteado. Esta elección es relevante para recopilar una amplia gama de información y obtener una visión completa de la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas en las veredas de Chinchiná-Caldas. La Investigación-Acción implica la participación activa de los actores involucrados, especialmente las familias campesinas y líderes comunitarios, y busca no solo comprender la realidad local, sino también promover cambios positivos y solucionar problemas prácticos que afectan a las comunidades campesinas. Se enfoca en la toma de acciones concretas para mejorar la situación de las familias campesinas y su participación en el mercado.

Este enfoque de Investigación-Acción destaca su énfasis en la reflexión y el aprendizaje continuo. Los participantes pueden identificar las fortalezas y debilidades de sus acciones, lo que contribuye a la mejora constante de las estrategias implementadas. Además, empodera a las familias campesinas, brindándoles la oportunidad de ser agentes activos de cambio en sus propias comunidades, fortaleciendo las capacidades locales y promoviendo la autogestión, en cuanto al tipo de investigación, se trata de una investigación cualitativa que se desarrolló bajo el enfoque cualitativo de Investigación-Acción.

El enfoque de investigación-acción combina investigación y acción, lo que significa que no solo describe la realidad social, sino que busca mejorarla a través de la participación activa de

investigadores y participantes en la solución de problemas prácticos. Mediante el uso de métodos cualitativos como entrevistas y observaciones participantes, se comprendieron las experiencias y perspectivas de las familias campesinas y los actores involucrados en el mercado campesino. Este enfoque promovió un diálogo horizontal y colaborativo entre investigadores y participantes, posibilitando una comprensión más completa de los desafíos y posibilidades vinculados al mercado campesino, así como su influencia en la situación económica de las familias rurales. Los resultados obtenidos a través de esta investigación podrían ser utilizados para mejorar la calidad y eficacia del mercado campesino y promover el desarrollo rural sostenible en el municipio.

Esta investigación se centró en el ser humano y buscaba comprender los fenómenos en su ambiente habitual. Se alineó con la visión de Kurt Lewin, considerado el padre de la Investigación-Acción, quien enfatizó la importancia de combinar la investigación y la acción para abordar problemas sociales y promover el cambio. A su vez, la obra de William F. Whyte, "Street Corner Society", también se considera precursora de este enfoque, ya que abogaba por la investigación basada en la observación participante y la acción colaborativa para comprender y abordar problemas sociales.

En resumen, la Investigación-Acción como enfoque de investigación y el tipo cualitativo permiten una comprensión profunda de las experiencias y perspectivas de las familias campesinas y los actores involucrados en el mercado campesino. Mediante el diálogo horizontal y colaborativo entre investigadores y participantes, se obtiene una comprensión más profunda de los problemas y oportunidades asociados al mercado campesino y su impacto en la economía de las familias campesinas. Los resultados obtenidos podrían ser utilizados para mejorar la calidad y eficacia del mercado campesino y promover el desarrollo rural sostenible en el municipio.

Población

La presente investigación se llevó a cabo en Colombia, un país situado en la región noroccidental de Suramérica y único en el subcontinente en contar con costas a lo largo de los océanos Atlántico y Pacífico. Colombia abarca una superficie terrestre de 1.141.748 km² y posee 928.660 km² de áreas marítimas. Limita con Panamá, Venezuela, Brasil, Perú y Ecuador por tierra, y comparte fronteras marítimas con Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, República Dominicana y Haití. La ubicación ecuatorial del país influye en su clima, que es influenciado por los vientos alisios, la humedad y la altitud; a mayor altitud, las temperaturas tienden a ser más bajas. El patrón climático se caracteriza por dos temporadas de lluvia (abril a junio y agosto a noviembre) y dos períodos secos. Resalta la persistente luminosidad durante todo el año, con una distribución equilibrada de luz diurna y nocturna.

Colombia alberga la tercera población más grande de Suramérica. Más del 50% de su población tiene menos de 25 años y su fuerza laboral se caracteriza por ser altamente calificada y competitiva, con costos aproximadamente diez veces más bajos que en naciones desarrolladas. La composición étnica muestra que alrededor del 60% es mestizo, un 20% tiene ascendencia europea, un 5% se identifica como afrocolombiano, un 13,5% es producto de la mezcla de ascendencia africana e indígena, y un 1,5% pertenece a grupos indígenas autóctonos. El gasto en educación y salud es uno de los más significativos en América Latina, y el Índice de Desarrollo Humano de la ONU posicionó a Colombia en el puesto 83 en 2019. La tasa de alfabetización supera el 92%.

En el Departamento de Caldas, ubicado en la región andina central, sus límites precisos están entre las coordenadas de latitud norte 05° 46' 51" y 04° 48' 20", y longitud oeste 74° 38' 01" y 75° 55' 45". Con una extensión de 7.888 km², representa el 0.69% del territorio nacional. Limita al norte con Antioquia, al este con Cundinamarca, al sur con Tolima y Risaralda, y al oeste con Risaralda. Está dividido en 27 municipios, 22 corregimientos, 142 inspecciones de policía, así como numerosos caseríos y lugares poblados. Los municipios se agrupan en 24 círculos notariales con 29 notarías en

total; también existe un círculo de registro con sede en Manizales y nueve oficinas seccionales en Anserma, Aguadas, La Dorada, Manzanares, Pácora, Pensilvania, Riosucio y Salamina. Además, el distrito judicial de Manizales incluye 10 circuitos judiciales en Manizales, Aguadas, Anserma, Chinchiná, La Dorada, Manzanares, Pácora, Pensilvania, Riosucio y Salamina. El departamento forma parte de la circunscripción electoral de Caldas.

Desde el departamento de Caldas, pasamos al municipio de Chinchiná, que abarca un área de aproximadamente 112.49 km² y cuenta con una población de alrededor de 50,673 habitantes según las Proyecciones del DANE en 2018. El municipio se caracteriza por la preponderancia de sus pintorescos paisajes cafeteros. Ubicado en la zona centro-sur del departamento de Caldas, Chinchiná goza de un clima propicio, con una temperatura promedio de alrededor de 21°C, lo cual es propicio para fomentar actividades clave de su economía, principalmente en el ámbito agropecuario y centrado en el cultivo de café. En este sentido, se pueden identificar cuatro sectores esenciales que contribuyen a su desarrollo económico y la generación de empleo: el Sector Comercio y Servicios, el Turismo, la Industria y la Agroindustria.

El municipio de Chinchiná está estratégicamente ubicado en el epicentro del llamado Triángulo del Oro, conformado por las tres ciudades más grandes y pobladas del país: Bogotá, Medellín y Cali. Se encuentra en el corazón del paisaje cultural cafetero y forma parte de la Subregión Centro Sur, la cual incluye los municipios de Palestina, Villamaría, Manizales y Neira. Esta subregión concentra alrededor del 68% de la población total del departamento de Caldas. El área rural de Chinchiná comprende aproximadamente el 96.4% del territorio municipal, abarcando 108.4 km² divididos en 21 veredas, de las cuales El Trébol, La Floresta, Quiebra de Naranjal y Alto de la Mina cuentan con asentamientos poblados. Entre estas, La Floresta y Guayabal presentan la mayor densidad de población, con 810 habitantes cada una. Por su parte, el área urbana representa el 2.7% del territorio total, con 3.04 km² que se organizan en 92 barrios. El barrio central es el que concentra la mayor población, con 7,616 habitantes.

Muestra

Para la presente investigación se trabajó con las veredas: El Trébol, Quebra de Naranjal y La Floresta. En primer lugar, la Alcaldía de Chinchiná (2020) refiere que El Trébol es una vereda pintoresca que se encuentra rodeada de exuberante vegetación y colinas verdes. Su nombre hace referencia a un trébol, una planta de cuatro hojas considerada un símbolo de buena suerte. Esta vereda se destaca por su tranquilidad y belleza natural, convirtiéndola en un lugar atractivo para aquellos que buscan escapar del bullicio de la ciudad y disfrutar de la serenidad del campo. La agricultura es una de las principales actividades económicas en El Trébol y en toda la región. Los habitantes de la vereda se dedican principalmente al cultivo de café, así como a la producción de frutas, verduras y productos lácteos. El paisaje está salpicado de extensas plantaciones de café y parcelas de cultivos, creando un ambiente rural encantador.

En segundo lugar, también la Alcaldía de Chinchiná (2020) menciona que La Quebra de Naranjal es una vereda rural situada en un entorno montañoso y pintoresco. Su nombre hace referencia a una quebrada que serpentea por la zona, agregando encanto y requiere una fuente de agua vital para la agricultura y la vida cotidiana de sus habitantes. La vereda se caracteriza por su paisaje exuberante, con colinas cubiertas de vegetación y vistas panorámicas impresionantes. Los cultivos de café son una parte fundamental de la economía local, y es común encontrar fincas y plantaciones de café en los alrededores de Quebra de Naranjal. Los lugareños se dedican también a la producción de otros productos agrícolas como frutas, verduras y productos lácteos.

Finalmente, la Alcaldía de Chinchiná (2020) resalta que La Floresta es una vereda que se destaca por su exuberante vegetación y su entorno natural encantador. Su nombre, "La Floresta", significa "el bosque" en español, lo cual refleja la abundancia de árboles y áreas verdes que caracterizan la zona. Esta vereda es ideal para aquellos que buscan disfrutar de la belleza natural y la tranquilidad del campo. La agricultura, en particular el cultivo de café es una de las principales actividades económicas en La Floresta y en todo el municipio de Chinchiná. Los cafetales se

extienden por el paisaje, creando un ambiente idílico y ofreciendo un espectáculo visual impresionante. Los habitantes de la vereda se dedican también a la producción de otros productos agrícolas como frutas, verduras y productos lácteos.

Como subconjunto representativo de la población, se contó con un subgrupo de campesinos de las veredas El Trébol, La Quebra del Naranjal y La Floresta del municipio de Chinchiná, Caldas. Se estableció que la muestra de cada vereda correspondiera a tres personas por vereda para un total de 9 campesinos de las veredas seleccionadas. Es así como el método de elección proporcional busca que la muestra seleccionada sea proporcional al tamaño de cada vereda. En este caso, se determina el tamaño relativo de cada vereda en función de su población. Por ejemplo, si una de las veredas seleccionadas para la presente investigación tiene una mayor población que otra, se asignaría un número mayor de cuotas a dicha vereda en proporción a su tamaño. Esto garantizó que la muestra representara adecuadamente la diversidad de las distintas veredas en términos de su tamaño poblacional. Asimismo, fue posible utilizar criterios estadísticos basados en la variabilidad de una característica específica. Como se conoció la variabilidad de dicha característica dentro de las veredas, se pudieron asignar las cuotas de manera proporcional en cada estrato en función de esa variabilidad. Esto aseguró que la muestra refleje adecuadamente la variabilidad de la característica de interés en cada vereda, permitiendo un análisis más preciso de los resultados.

Muestreo

En el contexto de esta investigación, el método de muestreo por cuotas se utilizó para recolectar datos de una muestra de familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas. Dicha muestra se seleccionó de forma aleatoria, lo que garantizó que los datos sean representativos de la población objetivo. Como consecuencia, los datos recolectados de la muestra se utilizaron para analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas y su participación en el desarrollo socioeconómico del

municipio. Concretamente, autores como Frankel & Sirotzki (2013) exponen que el muestreo por cuotas es una técnica utilizada en investigación de mercado y encuestas de opinión que busca garantizar la representatividad de una muestra seleccionada. En lugar de seleccionar aleatoriamente a los participantes, como se hace en el muestreo probabilístico, el muestreo por cuotas implica establecer criterios demográficos u otras características relevantes y luego reclutar participantes que cumplan con esas características en proporciones específicas.

En el muestreo por cuotas, se determinan las categorías o estratos relevantes para el estudio, como la edad, el género, la ubicación geográfica o cualquier otra cuestión de interés. A continuación, se establecen cuotas para cada una de estas categorías en función de su distribución en la población objetivo. Los investigadores luego reclutan a los participantes que cumplan con las cuotas establecidas hasta alcanzar el tamaño de muestra deseado. Con ese propósito, se requiere segmentar la población en grupos o estratos que compartan ciertas características comunes, como género, edad, nivel educativo, ubicación geográfica, entre otros. A partir de estos estratos, se elige una muestra que sea proporcional y representativa de la población en cuestión.

La selección de las cuotas en el contexto de esta investigación se realizó mediante dos enfoques: la elección simple y la elección proporcional. Estos métodos se seleccionan en función de las necesidades y objetivos de la investigación, así como de los criterios estadísticos aplicables. El método de elección simple consiste en seleccionar un número determinado de individuos de cada vereda participante en el estudio. Por ejemplo, se puede determinar la cantidad de individuos necesarios para representar adecuadamente cada vereda, sin considerar factores adicionales como el tamaño poblacional o la variabilidad de la característica de interés. Esta selección se realizó de manera directa y a elección del equipo investigador.

Los pasos para realizar el muestreo por cuotas en el contexto de la presente investigación iniciaron con la definición de las categorías de interés. Por ejemplo, si se estaba estudiando la participación de las familias campesinas en diferentes veredas, las categorías podrían ser las distintas

veredas seleccionadas. Así mismo, se estableció la distribución de cuotas para cada categoría en función de su importancia relativa. Por ejemplo, si se tenían tres veredas, se podría decidir asignar un porcentaje mayor de cuotas a la vereda con mayor población y un porcentaje menor a las otras dos veredas. Esto aseguraría que la muestra fuera proporcional al tamaño de cada vereda.

Seguidamente se seleccionaron los participantes utilizando la distribución de cuotas definida, se seleccionó aleatoriamente a los participantes dentro de cada categoría. Para lo que se utilizaron técnicas como el muestreo aleatorio simple o muestreo estratificado para realizar la selección. Por ejemplo, si se tenía un total de 100 participantes y la vereda A tenía el 50% de las cuotas, se seleccionaría aleatoriamente a 50 participantes de la vereda A. Una vez seleccionados los participantes, se abordó a cada uno de ellos y se explicó el propósito de la investigación. Fueron invitados a formar parte del estudio y se les solicitó su consentimiento para participar.

Posteriormente se realizó la recopilación de datos utilizando los métodos y herramientas apropiados para la investigación. En este caso fue a través de entrevistas y observaciones participantes. Es importante tener en cuenta que el muestreo por cuotas es un método de selección no probabilístico, lo que implica que los resultados obtenidos pueden no ser generalizables a toda la población. Sin embargo, si se realiza de manera rigurosa y representativa, se puede proporcionar una muestra adecuada para analizar las características y tendencias de interés dentro de las categorías definidas.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para recolectar información, se emplearon métodos como la observación participante y la entrevista. Tal como menciona Geertz (1973), la observación participante, también conocida como observación participativa, implica que el investigador se involucre directamente en el contexto o entorno social que está estudiando, participando activamente en las actividades y eventos junto con los sujetos de investigación. Por otro lado, la entrevista combina elementos de la entrevista

estructurada y la entrevista semiestructurada, permitiendo obtener los datos necesarios en una misma entrevista.

La observación es una técnica primitiva y moderna de investigación, que implica ver los hechos y fenómenos que se desean estudiar, utilizando diversos instrumentos como cámaras y registros fotográficos, así como diarios de campo. Para la presente investigación fue necesario un instrumento de observación compuesto por 20 preguntas a través de las cuales se plasmó una instantánea detallada del mercado y su influencia en la vida de las comunidades rurales, esto para de alguna manera tener un registro de aquello que los campesinos no dijeron o de lo que pasa desapercibido para ellos.

Por su parte, la entrevista se define como un método empírico de comunicación interpersonal entre el investigador y los sujetos de estudio para obtener respuestas verbales a las preguntas planteadas sobre el problema. La entrevista, en este caso, fue el principal instrumento para recolectar datos cualitativos directamente de los participantes ya que por medio de las 23 preguntas que la integraban se pudo caracterizar a la población entrevistada y paralelamente escudriñar en el sentir del campesino, sus vivencias y el impacto que el mercado campesino tiene en su vida económica, lo que repercute también en la economía familiar.

Para respaldar la rigurosidad y validez de los datos recopilados, se estableció una colaboración con entes gubernamentales locales para acceder a fuentes confiables y actualizadas que pudiesen brindar información relevante y significativa para la investigación. Además, se realizó un trabajo de campo en el mercado campesino, lo que permitió obtener una perspectiva contextualizada y específica desde la mirada de los campesinos al adentrarse en sus mismas dinámicas e involucrarse directamente en una actividad tan familiar e importante para ellos como lo es este evento.

Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

El objetivo de investigación fue analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023, así como su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio. Para ello se consideró información de entes gubernamentales y la población rural del municipio a través de entrevistas y la observación participante, de esta forma se revisaron entrevistas, testimonios y el instrumento de observación que proporcionó información cualitativa sobre los impactos socioeconómicos del mercado campesino en las familias campesinas. Paralelamente se realizó un análisis comparativo entre las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta, considerando las diferencias en la participación y los resultados económicos de las familias campesinas en el mercado campesino. Esto permitió identificar posibles variaciones y determinar factores que contribuyen al éxito o desafío de las familias campesinas en cada vereda, este análisis permitió obtener una comprensión más profunda de las percepciones y experiencias de la población rural respecto al mercado campesino.

A su vez se utilizó la minería de texto (text mining) la cual es una forma específica de minería de datos (data mining) que ayuda a generar nueva información y conocimiento a partir de las relaciones entre términos recurrentes que, de otro modo, pueden quedar escondidas en la masa de big data textual o del texto mismo, esto se realizó a través de Voyant Tools el cual es un entorno de análisis y lectura de texto basado en la Web que facilita la lectura y las prácticas interpretativas. Sirve para estudiar textos alojados en línea o que se hayan editado cuidadosamente y estén alojados en el computador, seguido a esto se realizó estos datos se organizaron en tablas para facilitar su posterior análisis. Estas técnicas de procesamiento y análisis de datos proporcionaron información relevante sobre la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas y su contribución al desarrollo socioeconómico del municipio de Chinchiná-Caldas. La combinación de los diversos datos cualitativos a su vez permitió obtener una visión integral de los impactos del mercado

campesino en las veredas seleccionadas, brindando una base para futuras decisiones y acciones que promuevan el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades rurales. En el siguiente apartado se mostrarán los resultados obtenidos a través del análisis realizado.

Análisis de la información

En este apartado se muestra el análisis de datos cualitativo como proceso dinámico y creativo que permitió extraer conocimiento de los datos heterogéneos recolectados, los datos cualitativos provinieron de los campesinos participantes del mercado campesino y de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta. Específicamente el análisis se presentará de forma ordenada iniciando por el análisis demográfico, seguido por el análisis de contenido (dimensiones), posteriormente el análisis de entrevistas, luego el análisis de la observación y, para dar cierre, la relación de los hallazgos derivados del proceso analítico.

Análisis Demográfico

Demográficamente hablando, al dar una mirada a los campesinos como público objetivo, en este apartado se presentan los datos esenciales de los campesinos que participaron en la investigación sobre la importancia de los mercados campesinos en la economía rural de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta en el municipio de Chinchiná-Caldas durante el primer semestre de 2023. Estos datos son fundamentales para comprender la composición y características de la población objetivo y cómo estas categorías pueden influir en sus participaciones y percepciones en relación con los mercados campesinos.

Tabla 1

Datos demográficos de los campesinos

Código del Participante	Edad	Género	Estado Civil	Número de Hijos	Vereda	¿Cuánto tiempo lleva viviendo en la vereda?
VT01	45 años	Masculino	Casado	2 hijos	El Trébol	15 años

VT02	35 años	Femenino	Soltera	0 hijos	El Trébol	5 años
VT03	50 años	Masculino	Casado	3 hijos	El Trébol	10 años
VQ04	28 años	Femenino	Unión Libre	2 hijos	La Quiebra	12 años
VQ05	60 años	Masculino	Casado	4 hijos	La Quiebra	8 años
VQ06	30 años	Femenino	Soltera	1 hijos	La Quiebra	7 años
VF07	45 años	Masculino	Unión Libre	3 hijos	La Floresta	6 años
VF08	42 años	Femenino	Casada	2 hijos	La Floresta	3 años
VF09	48 años	Femenino	Viuda	2 hijos	La Floresta	4 años

Tabla 1. Datos de caracterización de los campesinos obtenidos a través de la aplicación de la entrevista (Elaboración propia).

En la tabla anterior se observan los datos demográficos que ayudan a profundizar en el conocimiento del público objetivo, y las características de la muestra a la que se implementó la entrevista semiestructurada y la observación participante, estos datos demográficos se utilizaron sobre todo para tener una comprensión más amplia de la población objetivo y cómo estas características podrían influenciar la investigación. En este sentido, se encontró que el promedio de edad en la muestra es relevante para entender la distribución de la población campesina y cómo se relaciona con su participación en el mercado campesino. Por ejemplo, se pudo analizar que esta población oscila en los 43 años de esas, y se observa que existen algunas diferencias en la actividad económica según la edad, Esta información es relevante para comprender cómo la edad puede estar relacionada con la actividad económica, la toma de decisiones y la participación en los mercados campesinos.

Se encontró la categoría número de hijos en donde el promedio aproximado es de 2 hijos por familia, esta categoría fue útil para comprender cómo la economía de las familias campesinas se ve afectada por la carga de responsabilidades familiares y si esto influye en su capacidad de participar en el mercado campesino y en la toma de decisiones económicas. El hecho de que las familias campesinas en las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas

tienen en promedio 2 hijos revela un aspecto clave de la estructura demográfica y social de estas comunidades rurales. Ampliando este punto y considerando su importancia y relevancia, se pueden destacar varios elementos para comprender cómo este dato contribuye a analizar la importancia del mercado campesino en la economía de estas familias campesinas y su papel en el desarrollo socioeconómico del municipio.

Este dato permite analizar la estructura familiar y la carga demográfica que estas familias enfrentan. Esto a su vez puede influir en las dinámicas económicas y en la demanda de recursos locales, incluidos los productos agrícolas del mercado campesino. La cantidad de hijos en las familias campesinas puede tener implicaciones directas en la economía doméstica ya que cuanto más miembros haya en la familia, mayor será la necesidad de ingresos y recursos para satisfacer las demandas básicas; del mismo modo, la cantidad de hijos pueden influir en decisiones relacionadas con la educación, la salud, la planificación familiar y el acceso a servicios básicos. El mercado campesino, como fuente de ingresos a través de la venta de productos agrícolas y artesanías, puede desempeñar un papel crucial en la generación de ingresos y en la sostenibilidad económica de estas familias.

Otra categoría que permitió entender un contexto de los campesinos y sus veredas fue el tiempo viviendo en la vereda ya que este tiempo que las familias llevan viviendo en las veredas tiene implicaciones en su arraigo y conocimiento del territorio, lo cual influye en la importancia del mercado campesino en su economía se encontró un promedio de 7.7 años; las categorías género y Estado civil fueron relevantes para analizar si hay diferencias significativas en la participación en el mercado campesino entre hombres y mujeres o entre personas casadas, solteras, en unión libre o viudas. Esto aportó información sobre la equidad de género y las dinámicas familiares en relación con la actividad económica, en esta investigación el 55% fueron mujeres, este desglose de género permitió analizar las dinámicas de participación de género en los mercados campesinos y posibles diferencias en las perspectivas y experiencias entre hombres y mujeres. En cuanto al estado civil se

logró encontrar que Casados son el 44%, Solteros el 22.2% al igual que unión libre y con un 11.11% se encuentran los viudos. Estos datos proporcionan información sobre las diferentes dinámicas familiares y cómo el estado civil puede influir en las decisiones económicas y en la participación en los mercados campesinos.

Conocer la participación por vereda fue útil para determinar si hay diferencias significativas en la importancia del mercado campesino entre las veredas estudiadas como lo fueron el Trébol, La Quiebra y La Floresta. Esto está relacionado con la infraestructura, el acceso a mercados, las oportunidades de negocio, entre otros factores, para este estudio la participación de cada vereda fue del 33.33% lo que equivale a un promedio de 3 campesinos por vereda. Así, los datos proporcionados fueron de gran utilidad para el análisis de la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas en las veredas mencionadas. Al hacer hincapié en la importancia de los datos demográficos en la investigación se encontró que estos proporcionan una base sólida para entender la composición y características del público objetivo de la investigación. La diversidad en edad, género, estado civil, número de hijos y tiempo de residencia refleja la complejidad de las comunidades campesinas estudiadas. Estos detalles son esenciales para analizar cómo estas características individuales y contextuales pueden influir en la participación en los mercados campesinos y en la percepción de su impacto en la economía familiar.

La comprensión de estos datos demográficos permitió establecer conexiones significativas entre las características de los campesinos y sus perspectivas sobre los mercados campesinos. Por ejemplo, el análisis puede revelar si existen diferencias en la participación en los mercados según el género, cómo el estado civil influye en las decisiones económicas o cómo el tiempo de residencia puede afectar la importancia atribuida a los mercados campesinos. En conjunto, estos datos demográficos brindaron un contexto valioso para explorar más a fondo la relación entre las características individuales y la participación en los mercados campesinos, lo que contribuirá a una

comprensión más completa de la importancia de estos mercados en la economía rural de las veredas estudiadas.

Por otro lado, dimensionar la dinámica demográfica de las familias campesinas es esencial para la formulación de políticas públicas efectivas. La información recopilada puede ayudar a las autoridades a diseñar estrategias más enfocadas y adaptadas a las necesidades reales de estas comunidades. En resumen, esto no solo proporciona información sobre la estructura familiar en estas comunidades rurales, sino que también tiene implicaciones importantes para la economía local y el desarrollo de políticas que promuevan el bienestar y el progreso de las familias campesinas en el municipio de Chinchiná-Caldas.

Análisis de Contenido

En esta sección, se presenta un análisis derivado de la información recopilada a través de entrevistas y observación participante con los campesinos. En este proceso, se identificaron varios elementos que guardan una relación directa con las categorías principales definidas en esta investigación. Estas categorías se encuentran descritas en detalle en el capítulo "Marco Conceptual" del presente documento; con base en los datos obtenidos, se han identificado entre 1 y 2 dimensiones asociadas a cada una de las categorías principales. En el contexto de las familias campesinas, los términos relacionados que surgieron son "campesinos" y "agricultor". En cuanto al mercado campesino, las dimensiones identificadas incluyen "acceso" y "prácticas". Por último, en relación con la categoría de economía campesina, el término clave que emergió fue "ventas". Para visualizar esta información de manera clara, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 2
Categorías y dimensiones de la investigación

Categorías principales	Dimensiones
Familias Campesinas	1. Campesinos 2. Agricultor

Categorías principales	Dimensiones
Mercado Campesino	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceder 2. Prácticas
Economía Campesina	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas

Tabla 2. Las dimensiones son una derivación de los elementos más representativos que se pudieron establecer con base en las respuestas dadas por los campesinos a través de las entrevistas realizadas (Elaboración propia).

Es importante destacar que estos resultados son fruto del análisis detallado de la información proporcionada por los campesinos y su entorno, lo que contribuye significativamente a la comprensión de las relaciones y dinámicas presentes en el ámbito estudiado, en este sentido, las dimensiones "Campesinos" y "Agricultor" emergieron como las perspectivas clave en relación con las familias campesinas. Estos términos reflejan la identidad y rol central de los campesinos en sus comunidades. Sus experiencias y voces proporcionan información esencial sobre cómo perciben su papel en la economía rural y cómo interactúan con los mercados campesinos.

Así mismo, las dimensiones "Acceder" y "Prácticas" se destacan como aspectos esenciales relacionados con los mercados campesinos. Los participantes enfatizaron cómo los mercados les brindan la oportunidad de acceder a nuevos mercados y audiencias, lo que a su vez les permite vender sus productos a precios más altos y eliminar intermediarios. Además, mencionaron que los mercados campesinos son plataformas donde pueden aprender nuevas prácticas agrícolas y compartir conocimientos con otros agricultores. Del mismo modo, la dimensión "Ventas" se presenta como un componente crítico de la economía campesina. Los campesinos resaltaron cómo los mercados campesinos mejoran sus ventas al permitirles vender directamente a los consumidores. Esto les brinda la oportunidad de establecer precios justos por sus productos y recibir una retribución adecuada por su arduo trabajo en la producción.

Se profundizará un poco más las entrevistas con un análisis, en esta sección, se profundiza en el análisis de las palabras más frecuentes encontradas en las respuestas de los campesinos durante las entrevistas. Este análisis revela patrones y tendencias significativas que arrojan luz sobre las prácticas agrícolas y el contexto gubernamental en las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta. Se encontraron entonces como palabras más frecuentes en el corpus: mercado (361); campesino (354); a (172); r (153); p (153). En el mismo sentido, las palabras diferenciadas (comparado con el resto del corpus) fueron: VT01: evento (3), vt01 (2), realizó (2), propósito (2), mejores (2). VT02: relevante (3), vt02 (2), panadería (2), pan (2), arepas (2). VT03: vt03 (2), 50 (2), unirnos (1), simplemente (1), significativa (1). VQ04: participó (3), vq04 (2), negocio (2), necesito (2), dado (2). VQ05: ventas (4), aunque (4), logrado (3), destacar (3), experimentado (3). VQ06: campesinos (3), aproximadamente (3), mis (8), objetivos (3), vq06 (2). VF07: vf07 (2), acceder (2), visitas (1), turismo (1), regiones (1). VF08: vf08 (2), acceder (2), zona (1), visitan (1), vestirnos (1). VF09: prácticas (5), agricultor (5), variar (4), cultivamos (4), infraestructura (5). Esto se puede confirmar en la siguiente imagen:

Figura 1
Palabras más frecuentes en el corpus



Figura 1. Nube de palabras formada a partir de la frecuencia de repetición de palabras en la información recolectada por medio de las entrevistas (Extraído de Voyant Tools).

Los resultados obtenidos a partir de las 9 entrevistas aplicadas a campesinos en las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas el primer semestre de 2023 revelan una serie de determinaciones significativas sobre la importancia del mercado campesino en

la economía de las familias campesinas y su contribución al desarrollo socioeconómico del municipio. En primer lugar, se destaca la notoria frecuencia de las palabras clave "mercado" y "campesino" en las respuestas proporcionadas por los entrevistados. La mención recurrente de estos términos refleja claramente su centralidad en las dinámicas económicas y cotidianas de las comunidades campesinas estudiadas ya que estas palabras se entrelazan en torno a la economía rural y a la identidad campesina. Esta observación sugiere que los mercados campesinos no son solo un elemento transaccional, sino que también desempeñan un papel fundamental en la vida de las familias rurales dado que también son lugares donde se construye y fortalece la comunidad campesina.

Las palabras "mercado" y "campesino" emergen como términos clave que capturan la esencia de las dinámicas económicas y sociales en las veredas estudiadas. Estos términos actúan como anclajes conceptuales que conectan las prácticas agrícolas con la identidad campesina y la vida comunitaria. La recurrencia de estas palabras en las conversaciones de los participantes refleja su papel central en la estructura económica y en la construcción de la cohesión social. Se puede interpretar que los mercados campesinos son importantes para la economía de las familias campesinas en las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas. Los campesinos entrevistados afirmaron que los mercados campesinos les permiten acceder a nuevos mercados, vender sus productos a precios más altos dados la eliminación de los intermediarios y conectarse con otros agricultores. Los mercados campesinos también brindan a los campesinos una oportunidad de aprender sobre nuevas prácticas agrícolas y de intercambiar conocimientos con otros agricultores.

Además, el análisis de las palabras diferenciadas en el corpus revela una diversidad de prácticas agrícolas y enfoques de infraestructura en las diferentes veredas. Esto puede indicar que las actividades agrícolas se adaptan a las características particulares de cada área, lo que a su vez podría influir en la forma en que los mercados campesinos operan y se desarrollan en estos contextos específicos. La presencia de términos como "gubernamentales", "turismo" y "regiones" sugiere una

conexión entre las actividades agrícolas y el entorno gubernamental, así como la posible influencia del turismo en el funcionamiento de los mercados campesinos.

Términos como "gubernamentales," "turismo" y "regiones" sugieren que las actividades agrícolas están entrelazadas con decisiones políticas y oportunidades económicas más amplias. Esto apunta a la complejidad de las influencias externas en la economía rural y a la adaptabilidad de los campesinos en función de estas influencias. Esto indica que hay interacciones y dinámicas complejas entre los aspectos gubernamentales, el turismo y la economía agrícola local, lo que podría estar aumentando tanto el acceso a los mercados como la diversificación de fuentes de ingresos para las familias campesinas. En el mismo sentido, estos términos sugieren que las decisiones y políticas gubernamentales pueden influir en la forma en que los campesinos operan en sus actividades agrícolas y en la economía local. La mención de "turismo" también destaca la posible interacción entre la economía agrícola y las oportunidades de ingresos relacionadas con el turismo en estas veredas.

Adicionalmente, las referencias a "ventas", "logros" y "negocios" señalan un interés por parte de los campesinos en diversificar sus ingresos y ampliar sus oportunidades comerciales, conectando con su deseo de mejorar sus medios de vida y avanzar hacia la sostenibilidad económica. Esto respalda la noción de que los mercados campesinos no solo funcionan como puntos de venta, sino que también desempeñan un papel crucial en la búsqueda de un desarrollo económico sostenible y la mejora de los medios de vida de las familias rurales. Por último, se observa una tendencia hacia la colaboración comunitaria y la organización de eventos, como se evidencia en las palabras "unirnos", "eventos", "mejores" y "objetivos". Estos términos sugieren que los campesinos reconocen la importancia de trabajar juntos para lograr objetivos compartidos, como mejorar la calidad de los productos ofrecidos en los mercados y alcanzar metas económicas más ambiciosas; además, las referencias a la colaboración comunitaria y la organización de eventos sugieren la importancia de trabajar juntos para lograr objetivos compartidos. En conjunto, estos resultados revelan una imagen

elocuente de la función trascendental de los mercados campesinos en la economía y el desarrollo socioeconómico de las familias campesinas en las veredas estudiadas.

El objetivo de la investigación era analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023. La investigación utilizó una serie de métodos, incluyendo entrevista y observación participante. Lo encontrado por medio de la investigación indica que los mercados campesinos son una parte importante de la economía rural y que juegan un papel positivo en el desarrollo socioeconómico de las familias campesinas. A continuación, se cita textualmente lo dicho por uno de los campesinos entrevistados: “La importancia del mercado campesino en nuestra economía familiar radica en la posibilidad de obtener precios justos por nuestros productos. Al vender directamente al consumidor, podemos establecer nuestros propios precios y recibir un valor adecuado por el esfuerzo que dedicamos a la producción”. De esto se hacen algunas interpretaciones como las siguientes:

- Los mercados campesinos les permiten acceder a nuevos mercados y esto es importante porque les facilita vender sus productos a precios más altos y conectar con una audiencia más amplia.
- Los mercados campesinos brindan a los campesinos una oportunidad de aprender sobre nuevas prácticas y a la vez les ayuda a mejorar sus métodos de cultivo y a obtener un mayor rendimiento.
- Los mercados campesinos brindan a los campesinos una oportunidad de intercambiar conocimientos con otros agricultores, lo que les abre el espectro hacia otros aprendizajes sobre los desafíos y las oportunidades que enfrentan otros agricultores.

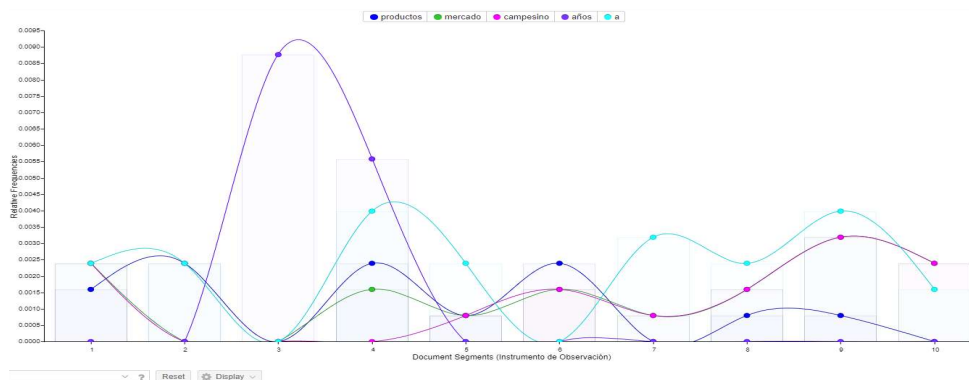
Análisis de la Observación

Por otra parte, el instrumento de observación utilizado en el mercado campesino de Chinchiná-Caldas, proporcionó una valiosa ventana a la comprensión de la relevancia y dinámicas de este espacio en la economía y vida de las familias campesinas. La observación realizada en el primer semestre de 2023 permitió analizar detalladamente cómo este mercado influye en el desarrollo socioeconómico de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta, así como su impacto en el municipio en su conjunto. En la jornada del mercado campesino, celebrada en el Parque Principal de Chinchiná, se han capturado múltiples elementos que delinear su importancia y funcionamiento. Desde la interacción de los campesinos con los compradores hasta la variada oferta de productos, este análisis proporcionó una perspectiva clara sobre cómo este espacio promueve la agricultura local y fomenta prácticas sostenibles. Las observaciones también reflejaron cómo los productores se esfuerzan por promocionar sus productos de manera amigable y comprometida. Lo que se observa en la siguiente figura.

Figura 2
Palabras más frecuentes en el corpus

Figura 2. Gráfica de palabras formada a partir de la frecuencia de repetición de palabras consignas en el instrumento de observación (Extraído de Voyant Tools).

En el análisis se identificaron las siguientes palabra más frecuente en el corpus: [mercado](#) (18); [campesino](#) (16); [productos](#) (14); esto permitió la identificación patrones destacados, como la



camaradería entre los campesinos, la diversidad de productos ofrecidos y la promoción de prácticas

agrícolas ecológicas. Además, se refleja la conexión entre los productores y los consumidores, lo que podría impulsar la confianza y la valoración de los alimentos cultivados localmente. Además de su relevancia económica, el mercado campesino emerge como un espacio de educación alimentaria y de preservación cultural, ya que destaca platos y productos tradicionales.

Lo encontrado tiene implicaciones significativas para la comprensión global de la economía campesina en la región. Desde la promoción de la sostenibilidad y la seguridad alimentaria hasta el fortalecimiento de la comunidad y la preservación de la cultura local, el mercado campesino se muestra como un punto de convergencia crucial entre las prácticas agrícolas y las dinámicas sociales. Además, este análisis permite identificar retos y oportunidades para los agricultores locales y para el propio mercado, impulsando reflexiones sobre cómo puede evolucionar para enfrentar desafíos y contribuir aún más al desarrollo rural sostenible. En última instancia, este instrumento de observación ha arrojado luz sobre la importancia integral del mercado campesino en la economía y la vida de las familias campesinas de Chinchiná, y cómo su impacto se extiende más allá de lo puramente económico, abarcando aspectos sociales, culturales y medioambientales.

Resultados

En esta sección, se presentan los resultados fundamentales derivados de las entrevistas realizadas a los campesinos de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta en el municipio de Chinchiná-Caldas. Estos hallazgos arrojan luz sobre diferentes aspectos que influyen la participación en los mercados campesinos y su impacto en la economía local visto desde un análisis del grado de relevancia o incidencia del mismo, lo que facilita la comprensión de la participación de los campesinos en el desarrollo socioeconómico del municipio dado en un lapso de tiempo determinado que comprende el primer semestre del año 2023. Estos hallazgos resaltan la importancia de los mercados campesinos en la economía y el bienestar de las comunidades campesinas en las veredas estudiadas a través de las voces y experiencias de los campesinos, se

evidencia cómo los mercados campesinos no solo son puntos de venta, sino también espacios de aprendizaje, intercambio de conocimientos y mejora económica.

Los hallazgos son esenciales para la investigación, ya que proporcionan una comprensión enriquecida de la importancia de los mercados campesinos en la economía rural de las veredas estudiadas. Las dimensiones identificadas ofrecen una estructura clara para analizar cómo los mercados campesinos impactan en las familias campesinas y en la comunidad en su conjunto. La perspectiva de los campesinos, obtenida a través de las entrevistas, enriquece la investigación al proporcionar voces auténticas y experiencias de primera mano. Los hallazgos subrayan la necesidad de considerar no sólo los aspectos económicos, sino también los sociales y culturales al evaluar la importancia de los mercados campesinos en el desarrollo rural. Las dimensiones resaltadas pueden ser el punto de partida para discusiones más profundas sobre políticas, prácticas agrícolas sostenibles y la promoción de la economía rural en las veredas estudiadas.

De un lado, el hallazgo sobre el tiempo promedio que las familias llevan viviendo en las veredas, aproximadamente 7.7 años, es un dato significativo que agrega otra capa de comprensión a la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas en las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas. Ampliando este hallazgo y conectándolo con la investigación previa, se pueden destacar los siguientes puntos para enriquecer la comprensión global. Este tiempo promedio de residencia en las veredas brinda una perspectiva reveladora sobre la interacción entre las familias campesinas y su entorno. Al analizar cómo este dato se entrelaza con otros aspectos, como la migración, la transición generacional y el desarrollo comunitario, se obtiene una visión más rica de cómo estas familias contribuyen al desarrollo socioeconómico del municipio y cómo se integran en el tejido social y económico de las veredas.

El hecho de que las familias llevan en promedio 7.7 años viviendo en las veredas señala un proceso de migración y establecimiento en estas comunidades rurales. Esto sugiere que estas familias han tomado la decisión de mudarse a las veredas en busca de oportunidades económicas y

una conexión más cercana con la tierra. Asimismo, el promedio de edad de llegada, alrededor de 35 años, apunta a una dinámica de transición generacional interesante. Es probable que las generaciones más jóvenes están explorando opciones fuera de las áreas rurales antes de decidir regresar a las veredas, lo que influye en la dinámica demográfica y económica de estas comunidades.

Este tiempo de residencia también impacta en el desarrollo de las veredas. A medida que las familias se establecen durante un período significativo, su contribución al crecimiento y la fortaleza de la comunidad se vuelve evidente. El papel de estas familias en el mercado campesino y en otras actividades económicas y sociales es esencial para el desarrollo sostenible y el bienestar local. La interacción de las familias campesinas con la economía local se ve influenciada por el tiempo que han pasado en las veredas. A medida que se integran más en la vida comunitaria, se convierten en actores clave no solo en el mercado campesino, sino también en la prestación de servicios, la inversión en pequeños negocios y la participación en proyectos que benefician a la comunidad en su conjunto.

Este proceso de establecerse en las veredas en edades maduras puede ser interpretado como un intento de preservar y mantener las tradiciones culturales y agrícolas. La conexión con la tierra y el deseo de continuar con prácticas agrícolas ancestrales pueden estar impulsando esta tendencia. En conjunto, el tiempo promedio de residencia en las veredas no solo proporciona información sobre la historia migratoria de las familias campesinas, sino que también arroja luz sobre su impacto en la economía local, el desarrollo comunitario y la preservación cultural. Estos aspectos se combinan para crear un panorama completo de su contribución al desarrollo socioeconómico del municipio de Chinchiná-Caldas. Por otro lado, con respecto a la participación de género en la muestra de este proyecto y considerando el hecho de que el 55% de los participantes son mujeres, este hallazgo tiene importantes implicaciones que contribuyen a una comprensión más completa de la dinámica social y económica en las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas. Ampliando este punto y su relevancia, se pueden destacar los siguientes aspectos:

El alto porcentaje de participación femenina en las entrevistas indica un nivel significativo de participación y representación de las mujeres en las actividades de investigación y, por extensión, en la vida comunitaria. Esto puede reflejar un empoderamiento creciente de las mujeres rurales, quienes tradicionalmente han tenido un rol fundamental en la agricultura y la economía rural. Además, su activa participación en la investigación puede indicar un cambio en la percepción de su voz y su capacidad para influir en los asuntos locales. La inclusión de un 55% de mujeres en la muestra proporciona una perspectiva más diversa y enriquecedora sobre la realidad de las veredas. Las experiencias, desafíos y aspiraciones de las mujeres pueden ser diferentes de las de los hombres, lo que permite una comprensión más holística de la vida rural y de las dinámicas en juego. Esta diversidad de perspectivas enriquece la investigación al capturar la complejidad de la vida en estas comunidades.

Dado que el estudio se centra en la economía de las familias campesinas, la participación de las mujeres cobra relevancia. Las mujeres en contextos rurales suelen desempeñar un papel clave en la producción agrícola y en la gestión de recursos. Este dato podría ayudar a evaluar la contribución económica y laboral de las mujeres en el mercado campesino y en otras actividades agrícolas. Reconocer su papel económico es esencial para valorar adecuadamente su contribución al desarrollo local. Analizar la participación de género también brinda la oportunidad de identificar posibles desigualdades en el acceso a recursos, la toma de decisiones y la distribución de roles en las familias y la comunidad. Esto puede ser esencial para abordar de manera efectiva cualquier disparidad que pueda existir y promover la equidad de género. La investigación puede arrojar luz sobre áreas donde se necesitan acciones específicas para mejorar la igualdad de género.

La presencia significativa de mujeres en la muestra puede contribuir a la sensibilización sobre la importancia de su inclusión en proyectos de desarrollo y toma de decisiones locales. También puede ayudar a generar datos y evidencia que respalden la necesidad de políticas y programas inclusivos. Esta representatividad refuerza la idea de que las decisiones y acciones deben considerar

las voces y las necesidades de todas las personas involucradas. Este dato puede influir en la planificación de intervenciones y políticas específicas. Por ejemplo, si se identifican necesidades o desafíos particulares que afectan principalmente a las mujeres, se pueden diseñar programas dirigidos a abordar esas áreas y fortalecer su participación en la economía y la comunidad.

Reconocer las necesidades específicas de las mujeres y trabajar para abordarlas de manera integral es esencial para lograr un desarrollo sostenible y equitativo en las veredas. En resumen, la participación de género en la muestra del proyecto, con un 55% de mujeres, aporta una dimensión crítica para comprender las dinámicas económicas y sociales en las veredas de Chinchiná-Caldas. Estos aspectos, como el empoderamiento, la diversidad de perspectivas, la contribución económica y la equidad de género, influyen directamente en la comprensión del impacto del mercado campesino y en la planificación de medidas que promuevan un desarrollo inclusivo y sostenible en las comunidades rurales.

Los mercados campesinos son esenciales para la economía de las familias campesinas en las veredas estudiadas, debido a una serie de razones interconectadas que resaltan su importancia como fuentes de ingresos, sostenibilidad económica y arraigo comunitario. En primer lugar, los mercados campesinos ofrecen a las familias campesinas una plataforma directa para comercializar sus productos agrícolas y artesanales. Al tener la oportunidad de vender sus productos de manera local y sin intermediarios, las familias pueden obtener un mayor margen de ganancia por sus esfuerzos, lo que contribuye directamente a mejorar sus condiciones económicas y su capacidad para cubrir sus necesidades básicas y aspiraciones de crecimiento. Además, estos mercados permiten la diversificación de ingresos. Las familias campesinas a menudo enfrentan la incertidumbre de la agricultura y las variaciones estacionales en la producción. Los mercados campesinos les brindan la oportunidad de diversificar sus fuentes de ingresos al ofrecer productos variados, como frutas, verduras, productos lácteos y artesanías. Esta diversificación puede ayudar a reducir los riesgos económicos y a estabilizar los ingresos familiares a lo largo del tiempo.

Los mercados campesinos también fomentan la resiliencia económica en las comunidades rurales. A través de la participación en estos mercados, las familias pueden adaptarse a las fluctuaciones económicas y a los desafíos que puedan surgir. Al depender menos de los mercados masivos y las cadenas de suministro largas, las familias campesinas pueden mantener un mayor control sobre sus actividades económicas y estar mejor preparadas para enfrentar cambios imprevistos. Adicionalmente, estos mercados fortalecen los lazos comunitarios y la identidad local. Al participar en un mercado campesino, las familias no solo venden sus productos, sino que también interactúan con sus vecinos y otros miembros de la comunidad. Esto crea un sentido de pertenencia y colaboración que es esencial para el tejido social en las veredas. Además, los mercados campesinos pueden servir como espacios de intercambio de conocimientos y experiencias, promoviendo prácticas agrícolas sostenibles y preservando las tradiciones locales.

Por otra parte, los mercados campesinos desempeñan un papel crucial al abrir nuevas puertas para los campesinos y permitirles llevar sus productos directamente a los consumidores. Esta conexión directa a menudo resulta en precios más elevados y beneficios económicos más sustanciales. Esta dinámica se apoya en una serie de razones fundamentales que explican por qué los mercados campesinos se presentan como una ruta eficaz para incrementar los ingresos de los campesinos sin recurrir a intermediarios. En los canales de comercialización convencionales, tales como los supermercados o las cadenas de distribución, los intermediarios juegan un rol crucial. Estos intermediarios adquieren los productos agrícolas a precios reducidos de los productores y posteriormente los revenden a los consumidores a precios más altos. Sin embargo, en los mercados campesinos, esta cadena de intermediación se elimina, permitiendo a los campesinos vender directamente a los consumidores, lo que elimina los márgenes de ganancia que suelen ser aplicados por los intermediarios.

Vender de manera directa en los mercados campesinos otorga a los campesinos un mayor control sobre el precio de sus productos. Esto les brinda la oportunidad de fijar precios justos que

reflejen tanto el valor auténtico de sus productos como el esfuerzo dedicado a su producción. Como resultado, a menudo se consiguen precios más elevados en comparación con los que obtendrían al vender a través de intermediarios. Los mercados campesinos añaden valor y posibilitan una conexión directa entre los consumidores y los productores. Esto crea un vínculo de confianza y transparencia, ya que los consumidores pueden plantear preguntas sobre los productos, conocer las prácticas agrícolas utilizadas y obtener información de primera mano. Este valor agregado puede justificar los precios más altos, ya que los consumidores están dispuestos a pagar por la calidad y autenticidad de los productos.

Estos mercados a menudo se enfocan en promocionar productos locales y artesanales, lo cual resulta atractivo para los consumidores que buscan respaldar la economía local y adquirir productos frescos y de calidad superior. Los campesinos pueden aprovechar esta preferencia por lo local para vender sus productos a precios más altos, ya que los consumidores valoran la autenticidad y origen de los mismos. Adicionalmente, al vender en mercados campesinos, los campesinos logran evitar los costos relacionados con la distribución a gran escala y la logística que a menudo conlleva el comercio con intermediarios. Esto se traduce en que una porción mayor de los ingresos generados por la venta de productos se destina directamente a los productores, lo que puede significativamente incrementar sus ganancias.

La participación activa en los mercados campesinos tiene un impacto directo y profundo en los ingresos familiares, delineando una transformación sustantiva en la calidad de vida de las familias que trabajan la tierra. Esta contribución benévola brota de una serie de factores fundamentales que enfatizan el papel crucial de los mercados campesinos en el tejido de la economía rural. Los mercados campesinos, como plataformas directas de comercialización, propician el escaparate donde las familias rurales pueden desplegar sus productos agrícolas y artesanales sin intermediarios. Al desterrar a estos intermediarios, los productores logran alcanzar precios que reflejan más equitativamente el esfuerzo invertido, lo cual se traduce en una mejora palpable de los ingresos

familiares. Esta nueva corriente de ingresos extra se erige como cimiento para elevar la calidad de vida y empoderar a las familias en el cumplimiento de sus necesidades básicas.

Participar en los mercados campesinos brinda a las familias la oportunidad de diversificar sus fuentes de ingresos. En lugar de depender exclusivamente de una única cosecha o actividad, pueden ofrecer una diversidad de productos, que va desde frutas y verduras hasta lácteos, productos procesados y artesanías. Esta diversificación ejerce de dique contra el riesgo económico, mitigando los impactos de las fluctuaciones climáticas o los cambios abruptos en la demanda del mercado. La capacidad de fijar precios justos y acordes al valor intrínseco de su labor y la calidad de sus productos confiere a las familias campesinas un mayor control. Esta autoridad directa sobre los precios resulta en ingresos más generosos, compensando el arduo esfuerzo y la dedicación invertidos en el trabajo del campo.

Al participar en los mercados campesinos, las familias pueden contribuir a la sostenibilidad económica a largo plazo. Mediante la creación de ingresos adicionales y más variados, se encuentran en mejor posición para invertir en la mejora de sus prácticas agrícolas, incluyendo la adopción de métodos más sostenibles, la inversión en tecnología agrícola y la expansión de sus operaciones. Los mercados campesinos, además, ejercen un efecto consolidador en la comunidad, fomentando la colaboración y el apoyo mutuo entre los productores locales. Esta colaboración propicia un intercambio de conocimientos, recursos y experiencias, con resultados que reverberan en una mejora colectiva en la calidad y diversidad de productos, así como en la adopción de prácticas más eficaces. El impacto de la participación en los mercados campesinos se extiende también al ámbito del desarrollo local. El mejoramiento de los medios de vida no solo reditúa en beneficio de las familias individuales, sino que también inyecta energía en el desarrollo económico a nivel comunitario. Al elevar los ingresos y la capacidad de inversión de las familias en sus comunidades, se engendra un efecto positivo en el crecimiento económico y la mejora general de la calidad de vida.

En conclusión, los mercados campesinos son vitales para las familias rurales ya que generan ingresos, diversifican fuentes de ingresos, fomentan resiliencia económica y fortalecen la comunidad. Además de su impacto económico, contribuyen al desarrollo sostenible al conectar producción y consumo locales. Estos mercados permiten a los campesinos acceder a nuevos mercados y vender productos a precios más altos al eliminar intermediarios, satisfaciendo así la demanda por productos auténticos y de calidad. En resumen, los mercados campesinos son un eje fundamental en la vida rural, propiciando transformaciones en medios de vida y nutriendo la cohesión comunitaria.

También, en el marco de la investigación llevada a cabo, se ha profundizado en la participación de los campesinos en los mercados campesinos, desentrañando un conjunto diverso de factores que ejercen una influencia sustancial en esta dinámica. Los resultados revelan que la participación en estos mercados presenta variaciones notables a lo largo de las diferentes veredas estudiadas, lo cual resalta la importancia de considerar un abanico de elementos interrelacionados que inciden en este proceso. Uno de los hallazgos clave es el papel crítico del acceso a mercados en la determinación del grado de involucramiento de los campesinos en la comercialización de sus productos. En aquellas veredas con una ubicación geográfica favorable, cercanas a centros urbanos o con una conectividad eficiente, se observa una mayor disposición por parte de los campesinos para participar activamente en los mercados campesinos.

Por el contrario, en áreas más aisladas o con dificultades de transporte, la participación tiende a ser más limitada debido a las barreras logísticas. Asimismo, se constata que las oportunidades de negocio desempeñan un rol crucial en el fomento de la participación. Cuando los campesinos visualizan la posibilidad de obtener ganancias significativas y mejorar sus condiciones de vida a través de la venta de sus productos en los mercados campesinos, se sienten más motivados para invertir tiempo y esfuerzo en esta actividad. La percepción de obtener precios justos y competitivos por sus productos es un incentivo que incita a una participación más activa. El contexto local también emerge como un factor influyente. La disponibilidad de recursos naturales, la

diversidad de productos cultivables y las habilidades artesanales distintivas presentes en cada vereda impactan directamente en la oferta de productos en los mercados.

La capacidad de adaptación e innovación en la producción para satisfacer las demandas cambiantes del mercado es un factor determinante en la participación exitosa de los campesinos. Además, se evidencia la importancia de los aspectos culturales y sociales en este escenario. Las tradiciones arraigadas en las comunidades y la percepción colectiva sobre la relevancia de apoyar a los productores locales influyen en la disposición de los campesinos a participar activamente en los mercados campesinos. En aquellas veredas donde existe una valoración marcada por la conexión directa entre productores y consumidores, la participación en estos mercados se integra en la estructura misma de la vida comunitaria. Los resultados de esta investigación enfatizan que la participación en los mercados campesinos no puede ser abordada de manera aislada, sino que requiere una comprensión holística de los múltiples factores que convergen en esta dinámica. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para la toma de decisiones informadas y estrategias de apoyo que permitan maximizar los beneficios económicos y sociales derivados de la participación en los mercados campesinos en las diferentes veredas estudiadas.

Desde otra perspectiva, ha quedado patente una tendencia en las veredas estudiadas hacia una mayor colaboración comunitaria y la implementación de eventos con el objetivo de elevar la calidad de los productos y lograr metas económicas más ambiciosas. Esta tendencia refleja un cambio significativo en la forma en que los campesinos abordan su participación en los mercados campesinos, y revela la emergencia de un enfoque más holístico y cooperativo en sus esfuerzos por prosperar en este entorno económico. La colaboración comunitaria se manifiesta en la disposición de los campesinos a compartir conocimientos, experiencias y recursos entre sí. Este espíritu de cooperación no solo fomenta un intercambio valioso de información sobre las mejores prácticas agrícolas y técnicas de producción, sino que también crea un ambiente en el cual la comunidad se convierte en un respaldo mutuo para abordar desafíos comunes. La colaboración no se limita solo a

los aspectos técnicos, sino que también abarca la comercialización y promoción conjunta de los productos en los mercados campesinos.

En consonancia con esta colaboración, se observa un aumento en la organización de eventos comunitarios orientados a mejorar la calidad de los productos y a fortalecer los lazos económicos en la comunidad. Talleres, charlas educativas y capacitaciones se llevan a cabo para proporcionar a los campesinos las herramientas necesarias para elevar los estándares de producción y presentación de sus productos. Estos eventos también se convierten en plataformas para discutir estrategias de comercialización y compartir ideas sobre cómo aprovechar al máximo las oportunidades en los mercados campesinos.

La organización de eventos no solo busca la mejora de la calidad de los productos, sino que también busca impulsar metas económicas más ambiciosas. Al trabajar juntos para mejorar la presentación y atractivo de los productos, los campesinos aspiran a lograr precios más competitivos y atraer a una base de consumidores más amplia. Además, la organización de eventos permite a los campesinos unir fuerzas para abordar desafíos financieros y logísticos, como la inversión en tecnología agrícola y la expansión de sus operaciones. En última instancia, esta tendencia hacia la colaboración comunitaria y la organización de eventos refleja una evolución en la mentalidad y enfoque de los campesinos en su participación en los mercados campesinos. Más allá de una perspectiva individualista, los campesinos están reconociendo la importancia de trabajar juntos para lograr un impacto económico más significativo y sostenible. Esta transformación en la dinámica de participación no solo beneficia a los propios campesinos, sino que también enriquece la cohesión social y la vitalidad económica de las comunidades rurales en su conjunto.

Los resultados de la investigación resaltan la valiosa contribución de los mercados campesinos al desarrollo socioeconómico del municipio. Estos espacios de intercambio local no solo son puntos de venta para los productos agrícolas y artesanales, sino que también actúan como motores clave para impulsar una transformación positiva en la economía local y en la calidad de vida

de las familias campesinas. Uno de los aspectos más significativos es la generación de ingresos justos y sostenibles para las familias campesinas. Al participar en los mercados campesinos, los productores tienen la oportunidad de establecer precios que reflejen el valor real de sus productos y el esfuerzo que han invertido en su producción. Esto se traduce en ingresos más equitativos y significativamente mejores en comparación con las alternativas tradicionales de intermediación. Además, los mercados campesinos juegan un papel vital en la construcción de una base económica más sólida y diversificada para las familias rurales. La oportunidad de vender productos directamente a los consumidores y de diversificar la oferta con una variedad de productos no solo aumenta los ingresos, sino que también mitiga los riesgos asociados con la agricultura y las fluctuaciones estacionales.

Esta diversificación puede brindar una mayor estabilidad económica a lo largo del tiempo y permitir a las familias enfrentar mejor los desafíos económicos imprevistos. La influencia de los mercados campesinos se extiende más allá de los aspectos económicos. Estos espacios también fomentan un sentido de comunidad y colaboración entre las familias campesinas y otros miembros de la sociedad local. A través de la interacción en los mercados, se fortalecen los lazos sociales, se comparten conocimientos y se promueve una mayor comprensión de las prácticas agrícolas y artesanales tradicionales. Esto contribuye al tejido social y cultural del municipio, enriqueciendo la identidad local y el sentimiento de pertenencia. En resumen, los mercados campesinos son más que simples puntos de venta; representan una fuerza motriz para el desarrollo socioeconómico del municipio. Al proporcionar ingresos justos y sostenibles, promover la diversificación económica y fortalecer la cohesión comunitaria, estos mercados se erigen como catalizadores esenciales para un futuro más próspero y equitativo en las zonas rurales. Su influencia trasciende los límites de la economía, contribuyendo a la preservación de tradiciones y al enriquecimiento de la vida comunitaria en su conjunto.

En síntesis, los resultados obtenidos subrayan el rol primordial que desempeñan los mercados campesinos en la economía y desarrollo de las familias rurales en las veredas estudiadas.

Estos espacios no solo actúan como puntos de venta, sino que también fomentan un entorno de aprendizaje, colaboración y diversificación de fuentes de ingresos. Las entrevistas y el análisis de palabras clave validan de manera contundente la noción de que los mercados campesinos ocupan una posición esencial en la vida de estas comunidades rurales. En este capítulo de hallazgos, se exploró en profundidad el perfil demográfico de los campesinos en las veredas de El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas. Se descubrió que estas familias tienen en promedio alrededor de 2 hijos, lo que influye en la estructura familiar, la carga demográfica y las dinámicas económicas locales. Además, se analizó el tiempo promedio de residencia en las veredas, aproximadamente 7.7 años, y se observó cómo esto impacta en la migración, la transición generacional y el desarrollo comunitario.

La participación de género también fue examinada, destacando que el 55% de los participantes en la muestra son mujeres. Esto sugiere un empoderamiento creciente de las mujeres rurales y resalta su papel clave en la agricultura y la economía rural. La participación de las mujeres en los mercados campesinos puede influir en la equidad de género y en la planificación de políticas inclusivas. Se enfatizó la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas, ya que les proporciona una plataforma directa para comercializar sus productos, diversificar sus ingresos y fortalecer su resiliencia económica. Se eliminan intermediarios, permitiendo precios más justos y conexiones directas con los consumidores. Además, estos mercados fomentan la colaboración y la identidad local, impactando en el desarrollo sostenible de las comunidades rurales.

Se exploraron las diferencias en la participación de los campesinos en los mercados, resaltando la influencia del acceso geográfico, oportunidades de negocio y contextos locales en esta dinámica. Finalmente, se discutió cómo la colaboración y la organización comunitaria están evolucionando hacia un enfoque más cooperativo, mejorando la calidad de los productos y buscando metas económicas más ambiciosas. En última instancia, se concluyó que los mercados campesinos

desempeñan un papel crucial en la transformación económica y social de las veredas estudiadas. Generan ingresos sostenibles, diversifican fuentes de ingresos, fomentan la colaboración y la identidad local, y contribuyen al desarrollo socioeconómico a largo plazo. Estos mercados no solo son puntos de venta, sino también motores de cambio que enriquecen la vida de las familias campesinas y fortalecen las comunidades rurales.

Triangulación de la Información

En la búsqueda de comprender de manera profunda y precisa los fenómenos y realidades estudiados, fue esencial utilizar enfoques metodológicos que validaron y fortalecieron la robustez de los resultados obtenidos. La triangulación de la información se erige como un enfoque fundamental en la investigación cualitativa, permitiendo la convergencia y validación de datos a través de diversas fuentes, métodos y perspectivas. Benavides & Restrepo (2005) proporcionan una recopilación de definiciones de esta técnica la cual fusiona la información recopilada desde distintas dimensiones, promueve una comprensión más completa y enriquecedora de los temas explorados.

La triangulación no solo amplía la visión general de la investigación, sino que también confiere mayor confiabilidad y coherencia a los hallazgos, al reducir posibles sesgos y limitaciones inherentes a un solo método o fuente de información. En el contexto de la presente investigación, que se centró en la importancia de los mercados campesinos en la economía rural, la triangulación de datos demográficos, entrevistas y análisis de palabras clave brinda una perspectiva holística de los efectos y dinámicas subyacentes en juego. A lo largo de esta sección, se exploró cómo la triangulación de la información aportaba profundidad y validez a los resultados obtenidos en el análisis a partir de los datos demográficos de los campesinos, sus discursos en entrevistas y la identificación de palabras clave en sus testimonios. Mediante la convergencia de este método, emergieron patrones, tendencias y relaciones que revelaron la riqueza de la interacción entre los

mercados campesinos y las familias rurales, brindando una visión enriquecida de su contribución al desarrollo socioeconómico local.

Este análisis culmina en una visión amplia y profunda del impacto que los mercados campesinos tienen en la economía y la sociedad de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta. Las determinaciones relevantes resaltan la necesidad de comprender los mercados campesinos no solo como lugares de transacción, sino como motores de cambio económico y social en las comunidades rurales. Estas conclusiones aportan una comprensión sólida para abordar futuras investigaciones sobre el papel de los mercados campesinos en la transformación socioeconómica en contextos similares.

Aspectos Administrativos

Los aspectos administrativos en la presente investigación desempeñaron un papel fundamental para asegurar una planificación adecuada y una ejecución eficiente. En este apartado, se abordarán los recursos necesarios y el tiempo requerido para llevar a cabo la investigación de manera efectiva. Se describirán los recursos materiales y humanos para respaldar el proceso de recolección de datos, así como para garantizar una gestión adecuada de los aspectos logísticos y administrativos del proyecto. Al tener en cuenta estos aspectos administrativos, se buscó asegurar que el estudio se llevara a cabo de manera organizada, optimizando los recursos disponibles y garantizando la calidad y validez de los resultados obtenidos.

Recursos Necesarios

Recursos Materiales

Dispositivos electrónicos como grabadoras de audio, cámaras, tablets; material de oficina como papel, bolígrafos, carpetas, etc. Las técnicas específicas para la recolección de datos serán, de un lado, la entrevista para lo cual se debe tener disponible el guion de preguntas. En segunda instancia, la observación participante es indispensable y por tanto se documentará por medio de un instrumento de observación que será diligenciado digitalmente. También es crucial tener una buena planificación y organización para llevar a cabo las entrevistas y la observación participante de manera eficiente.

Personal de investigación

Estudiantes de especialización en Gerencia de Proyectos cuentan con perfiles destacados en el ámbito profesional. Una de ellas es una experta en administración de empresas, acumulando más de dos años de experiencia en el apoyo a la gestión y ejecución de proyectos y programas de acompañamiento dirigidos a emprendedores y empresarios de diversos sectores económicos. Ambas

poseen certificaciones en fundamentos de SCRUM, lo que les proporciona las herramientas necesarias para implementar y evaluar el impacto de dicha metodología en la gestión de proyectos.

En particular, una de las estudiantes también es profesional en Desarrollo Familiar de una reconocida universidad, lo que le otorga una valiosa perspectiva en el ámbito social y comunitario. Además de su experiencia en SCRUM, es Consultora Empresarial certificada, lo que respalda sus sólidos conocimientos en el campo. Su experiencia y especialización se centran en la planificación, implementación, coordinación y evaluación de programas y proyectos sociales, con un enfoque en mejorar el bienestar y el crecimiento integral de las personas y comunidades. Ambas investigadoras son parte activa de la especialización en Gerencia de Proyectos en una prestigiosa institución educativa. Por otro lado, la directora de tesis es una profesional en Administración de Empresas con experiencia en el campo de la investigación, lo que la convierte en una autoridad en el área de estudio.

Conclusiones

Al cierre de esta investigación, las conclusiones se erigen como el culmen de un arduo proceso de indagación en torno a la importancia de los mercados campesinos en la economía y el desarrollo rural, se emplearon diversas herramientas y enfoques, desde técnicas de recolección de datos hasta análisis profundos, con el objetivo de desentrañar la trama compleja que conecta a estos mercados con las vidas de las comunidades en las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta. En este apartado, se presentan las conclusiones que emergen de la amalgama de objetivos, categorías exploradas, instrumentos aplicados y resultados obtenidos, tejidos en un tapiz coherente que arroja luz sobre la relevancia vital de los mercados campesinos en el contexto rural.

En primera instancia los datos demográficos, las voces campesinas y el análisis de frecuencia de palabras convergen en una imagen coherente y detallada del papel central de los mercados campesinos en la vida de las familias rurales. Los datos demográficos proporcionan un contexto en el que las voces campesinas se entrelazan, revelando cómo las características de los campesinos influyen en su participación en los mercados. Las voces campesinas, a su vez, iluminan las dimensiones esenciales de los mercados campesinos: acceso a nuevos mercados, aprendizaje de prácticas agrícolas y mejora de las ventas. El análisis de frecuencia de palabras profundiza aún más, explorando las conexiones entre las prácticas agrícolas y el entorno gubernamental y turístico.

Los resultados presentados en este trabajo subrayan la relevancia vital de los mercados campesinos en la economía y el desarrollo rural. Los mercados no son simplemente lugares de intercambio comercial, sino centros dinámicos donde convergen tradiciones agrícolas, innovación y colaboración comunitaria. Los datos demográficos reflejan cómo los campesinos de diferentes edades, géneros y estados civiles encuentran en los mercados una plataforma para mejorar sus medios de vida y acceder a nuevas oportunidades. La voz de los campesinos deja claro que los mercados campesinos son más que puntos de venta: son entornos que catalizan beneficios

económicos y fomentan la colaboración entre las comunidades. A través de estos mercados, los campesinos pueden establecer precios justos, vender directamente al consumidor y fortalecer sus conexiones con otros agricultores. La colaboración comunitaria, evidente en las referencias a la unión y la organización de eventos, sugiere que estos mercados son espacios donde las familias campesinas pueden lograr objetivos compartidos y generar un impacto colectivo.

A través de las entrevistas y la observación participante, se ha confirmado que los mercados campesinos desempeñan un papel significativo en la economía de las familias campesinas. Estos mercados permiten a los campesinos acceder a nuevos mercados, vender productos a precios más altos y establecer relaciones directas con los consumidores, lo que contribuye a mejorar sus ingresos y la sostenibilidad económica de las familias. El término "campesino" se destaca en las conversaciones y entrevistas, lo que refleja la importancia de esta identidad en la vida de las comunidades rurales. Los mercados campesinos no solo son espacios comerciales, sino también lugares donde se refuerza y celebra la identidad campesina, y donde se comparten conocimientos y experiencias.

Los mercados campesinos no solo se consideran puntos de venta, sino también lugares de aprendizaje. Los campesinos aprovechan estos espacios para mejorar sus prácticas agrícolas, intercambiar conocimientos y diversificar sus oportunidades comerciales. Esto subraya la importancia de estos mercados como motores de desarrollo económico sostenible. Se identifica la influencia de factores gubernamentales y del entorno local en las actividades agrícolas y en la operación de los mercados campesinos. Las políticas gubernamentales y la dinámica del turismo tienen un impacto en las decisiones y oportunidades económicas de las familias campesinas. Se resalta la importancia de la colaboración comunitaria y la organización de eventos para alcanzar objetivos compartidos. Los campesinos reconocen la necesidad de trabajar juntos para mejorar la calidad de los productos, alcanzar metas económicas y fortalecer la cohesión social.

Las técnicas de recolección y análisis de datos, como la observación participante, las entrevistas y la minería de texto, han permitido una comprensión profunda de la importancia de los mercados campesinos en la economía y el desarrollo socioeconómico de las familias campesinas en las veredas estudiadas. Estos mercados no solo representan oportunidades de venta, sino también espacios de intercambio de conocimientos, construcción de identidad y colaboración comunitaria. Los resultados obtenidos respaldan la relevancia de estos mercados en el contexto rural y ofrecen información valiosa para futuras decisiones y acciones destinadas a promover el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades campesinas en el municipio.

Este estudio destaca la importancia de continuar explorando la dinámica de los mercados campesinos en contextos similares. Si bien esta investigación brinda una visión sólida de su impacto, aún queda mucho por explorar en términos de cómo los mercados campesinos pueden evolucionar para abordar desafíos cambiantes y necesidades en constante transformación. Investigaciones futuras podrían centrarse en la sostenibilidad a largo plazo de estos mercados, sus implicaciones en la seguridad alimentaria y cómo pueden adaptarse para abrazar enfoques modernos sin perder la autenticidad que los hace fundamentales en la vida rural. En última instancia, este estudio aporta una perspectiva holística de los mercados campesinos como pilares de la economía rural y la comunidad. Los resultados obtenidos a través de la triangulación de datos confirman su relevancia y destacan su capacidad para transformar la vida de las familias campesinas y potenciar el desarrollo en las veredas estudiadas.

Bibliografía

- Alcaldía Municipal de Chinchiná-Caldas. (27 de abril de 2020). Noticias: Alcaldía Municipal de Chinchiná-Caldas. Recuperado de <http://www.chinchina-caldas.gov.co>
- Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose & John Tomaney (2007) ¿Qué tipo de desarrollo local y regional y para quién?, *Regional Studies*, 41:9, 1253-1269, DOI: 10.1080/00343400701543355
- Aranda Quimbaya, C. D. (2019). Perfil del comprador y percepción respecto a las frutas y hortalizas que se ofrecen en los mercados campesinos de Plaza de los Artesanos y Parque de Alcalá en la ciudad de Bogotá.
- Asociación colombiana de ciudades capitales. (6 de enero de 2022). Asociación colombiana de ciudades capitales. Recuperado de <https://www.asocapitales.co>
- Blanco Huertas, D. (2019). Construcción social del concepto de calidad desde las percepciones de actores de comercialización de frutas locales: experiencia mercados campesinos, Bogotá. Repositorio Pontificia Universidad Javeriana.
- Boletín Agrario. (2019, julio). DESARROLLO RURAL - ¿Qué es desarrollo rural? - significado, definición, traducción y sinónimos para desarrollo rural. *boletinagrario.com*. Recuperado el 29 de abril de 2023, de <https://boletinagrario.com/ap-6,desarrollo+rural,283.html>
- Caldas, G. D. (agosto de 2021). Inventario turístico Chinchiná. Recuperado de <https://site.caldas.gov.co/media/pdf/2014/infomunicipios/INFORMACION%20DE%20CHINCHINA.pdf>
- Carreño, N. E. F., Merchan, J. D. S., & Baquero, Z. Y. V. (2019). La agricultura familiar agroecológica, una estrategia de desarrollo rural incluyente. Una revisión. *Temas agrarios*, 24(2), 96-107.
- Chavarro, Y. A. H., Zamudio, J. C. M., & Castillo, V. S. (2022). Sistematización de la experiencia de circuito corto de comercialización estudio de caso Tibasosa, Boyacá. *Región Científica*, 1(1), 20228-20228.

- Chayanov, A.V. (1925). *La organización de la unidad económica campesina*. Moscú, Rusia: Cooperativa Editora.
- Chinchiná, A. d. (2023). *Respuesta Solicitud Información Mercado campesino*. Rad 0960. Chinchiná. Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños (as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo. (2022). *¿Qué es el Comercio Justo?* - CLAC-FAIRTRADE. CLAC Comercio Justo. Recuperado el 28 de abril de 2023, de <https://clac-comerciojusto.org/comercio-justo-3/>
- Corte Constitucional de la República de Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá D.C, Bogotá D.C, Colombia.
- Coscione, M. (2019). *Los beneficios y retos del comercio justo: Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana)*.
- Cuenya, L., & Ruetti, E. (2010). *Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo en psicología*. *Revista Colombiana de Psicología*.
- Cumbre Mundial Sobre la Alimentación. (1996, noviembre). *Qué es la Seguridad Alimentaria y su importancia*. *La Cumbre Mundial sobre la Alimentación y su seguimiento*. Recuperado el 28 de abril de 2023, de <https://www.fao.org/3/x2051s/x2051s00.htm>
- Daly, H. (1997). *Criterios operativos para el desarrollo sostenible*. En H. Daly y C. Schutze (Eds.), *Crisis ecológica y sociedad* (pp. xx-xx). Valencia: Ed. Germania.
- Dios, C. U. (2017). *Resistencia y construcción de territorio del grupo de familias campesinas*. Recuperado de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/5898/1/TTS_TellezPaezSebastian_2017.pdf
- Ellis, F. (1993). *Economía campesina: familias campesinas y desarrollo agrario*. Prensa de la Universidad de Cambridge.
- Ellis, F., & Biggs, S. (2005). *La Evolución de los Temas Relacionados al Desarrollo Rural: desde la década de los años '50 al 2000*. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 7(1), 60-69.

- Escobar, D. A., Orrego, C. F., & Tamayo, J. A. (2017). *Relación geoespacial de fincas productoras de fruta, empresas transformadoras y PIB municipal. Caso de estudio: Caldas-Colombia*. *Revista ESPACIOS*, 38(36).
- FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación). (1996). *Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial y Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/003/w3613e/w3613e00.htm>
- Fernández, J., Fernández, M. I., & Soloaga, I. (2019). *Enfoque territorial y análisis dinámico de la ruralidad: alcances y límites para el diseño de políticas de desarrollo rural innovadoras en América Latina y el Caribe*.
- Forero, J. (2010). *Economía campesina, pobreza, tierra y desplazamiento en Colombia*. En: J. Forero, (Ed.). *El campesino colombiano. Entre el protagonismo económico y el desconocimiento de la sociedad* (pp. 59-119). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Francisco del Olmo-García, Inmaculada Domínguez-Fabián, Fernando Javier Crecente-Romero, María Teresa del Val-Núñez, *Determinant factors for the development of rural entrepreneurship, Technological Forecasting and Social Change, Volume 191, 2023, 122487*,
- Frankel, M.R. & Sirotzki, T. (2013). *Quota Sampling*. En P. Lavrakas (Ed.), *Encyclopedia of Survey Research Methods* (pp. xx-xx). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Función pública. (11 de octubre de 2011). *Gestor normativo: Función pública*. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>
- Función pública. (3 de agosto de 1994). *Gestor normativo: Función pública*. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co>
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas* (Vol. 1). Nueva York: Gedisa.
- Gobernación de Caldas. (3 de marzo de 2021). *Inventario turístico Chinchiná: Gobernación de Caldas*. Recuperado de <https://site.caldas.gov.co>

- Gobierno de Colombia. (7 de febrero de 2023). Documentos: Gobierno de Colombia. Recuperado de <https://petro.presidencia.gov.co>
- Goodman, D. y Watts, M. (Eds.). (1997). *Globalización de los alimentos: cuestiones agrarias y reestructuración global*. Routledge.
- Guzmán, P. A. B., Hernández, L. C. C., Pesillo, C. M. G., & Gómez, D. K. H. (2022). *Asociatividad, una estrategia para la implementación de mercados campesinos, aportando al desarrollo rural*. *Revista CIES Escolme*, 13(2), 53-60.
- Guzmán Gómez, E. (2014). *Alimentación, soberanía y agricultura campesina*. En: F. Hidalgo F., F. Houtart y P. Lizárraga A. (Eds.) *Agriculturas campesinas en Latinoamérica: Propuestas y desafíos* (pp. 217-228). Quito: IAEN.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, L. P. (2020). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Education.
- Hirschman, A.O. (1958). *La estrategia del desarrollo económico*. Prensa de la Universidad de Yale.
- Holmes, I., Bitrán, D., Zambrana, T., & Ladrón de Guevara, J. (2021). *Hacia una agricultura sostenible y resiliente en América Latina y el Caribe: Análisis de siete trayectorias de transformación exitosas*. Food & Agriculture Org., 2021.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la investigación. Guía para una comprensión holística de la ciencia* (4a ed.). Caracas, Venezuela: Quirón Ediciones.
- Jiménez Castellanos, L. A., & Rueda Plata, Y. M. (2016). *Incidencia de la participación de la Anuc en la gestión de algunas políticas y programas públicos rurales en el periodo 2010-2015 en Colombia*.
- López, C. H., & Sorondo, L. (2020). *Agroecología y soberanía alimentaria: ideas para el debate en camino a la agricultura sostenible*. *Revista Agrollania de Ciencia y Tecnología*, 19.
- Machado, A., Salgado, C., & Vásquez, R. (2004). *La academia y el sector rural 1* (No. 002929). Universidad Nacional de Colombia-FCE-CID.

- Mejía Amaya, J. A., Rodríguez Parrado, N. E., & Urrego Quintero, S. J. (2019). *Tendencia y alcances teóricos del comercio justo en Colombia caso Villavicencio*.
- Mendoza, D., Vélez, Y., & Rodríguez, B. M. R. (2020). *Impacto de la Economía Rural en Colombia*. *Revista CONVICCIONES*, 7(13), 31-35.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (14 de junio de 2022). *Resoluciones: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural*. Recuperado de <https://www.minagricultura.gov.co>
- Ministerio de medioambiente y desarrollo sostenible. (26 de junio de 2003). *Ministerio de medioambiente y desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co>
- Montoya, M. R. S., & Ramírez, J. F. G. (2021). *El Sistema Participativo de Garantías (SPG) como estrategia administrativa en los territorios rurales cafeteros del Cauca, Colombia*. *Revista Estrategia Organizacional*, 10(1).
- Muñoz, E., & Niederle, P. A. (2020). *Movimientos sociales, políticas públicas y construcción de mercados para las agriculturas familiares campesinas en Chile*. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, 5(9).
- Okuda Benavides, M., & Gómez-Restrepo, C. (2005). *Métodos en investigación cualitativa: triangulación*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(1), 118-124.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2020). *Experiencias exitosas en el fortalecimiento de los mercados campesinos*.
- Organización de las Naciones Unidas ONU. (25 de septiembre de 2015). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org>
- Pachón-Romero, J. P., & Pachón-Ariza, F. A. (2020). *Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca)*. *Rev.investig.desarro.innov.*, 11(1), 35-48.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., y Tomaney, J. (Eds.). (2017). *Manual de desarrollo local y regional*. Routledge.

- Pretty, J. (2007). *Sostenibilidad agrícola: Conceptos, principios y evidencia*. *Transacciones filosóficas de la Royal Society B: Ciencias biológicas*, 363(1491), 447-465. doi:10.1098/rstb.2007.2163
- Ramírez, R. F., Vargas, P. L., & Cárdenas, O. (2020). *La seguridad alimentaria: una revisión sistemática con análisis no convencional*. *Espacios*, 41(45), 319-328.
- Renting, H., Marsden, T.K., y Banks, J. (2003). *Comprender las redes alimentarias alternativas: explorar el papel de las cadenas cortas de suministro de alimentos en el desarrollo rural*. *Medio Ambiente y Planificación A*, 35(3), 393-411. doi:10.1068/a3510
- Rojas Peña, M. A. (2019). *Análisis de los mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural colombiana*. Repositorio UNAD.
- Roldán-Rueda, H. N. (2020). *El rol de los actores en mercados locales y campesinos de México y Colombia*. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 30(56).
- Saavedra Rengifo, A., y Cubillos Castro, C. (2021). *El Mercado campesino y su Relación Institucional en el Municipio de Ibagué (Colombia)*. *Luna Azul*, (53), 20–37.
- Salazar, L., & Muñoz, G. (2019). *Seguridad alimentaria en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sánchez Castillo, V., Gómez Cano, C. A., & Millán Rojas, E. E. (2020). *Dinámica del funcionamiento y retos del mercado campesino COOPMERCASAN de Florencia (Caquetá)*. *Investigación y Desarrollo*, 28(2), 22-56.
- Santacoloma, L. E. (15 de febrero de 2015). *Importancia de la economía campesina en los contextos contemporáneos: una mirada al caso colombiano*. *Entramado*, 11(2), 38-50.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032015000200004
- Scoones, I. (1998). *Medios de vida rurales sostenibles: un marco para el análisis*. Documento de trabajo de IDS, 72.

- Secretaría de Agricultura Gobernación de Boyacá. (2022, 20 de octubre). MERCADOS CAMPESINOS. Gobernación de Boyacá. Recuperado el 28 de abril de 2023, de <https://www.boyaca.gov.co/secretariaagricultura/mercados-campesinos/>
- Sen, A. (1998). *Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. Cuadernos de economía (Santafé de Bogotá)*, 17(29), 73-100.
- Tallontire, A., Rentsendorj, E., y Blowfield, M. (2001). *Consumidores éticos y comercio ético: una revisión de la literatura actual. Política alimentaria*, 26(6), 545-564.
doi:10.1016/s0306-9192(01)00030-5
- Tecnológico de Costa Rica. (2018, mayo). *Agricultura sustentable: volver al origen. TEC*. Recuperado el 28 de abril de 2023, de <https://www.tec.ac.cr/pensis/articulos/agricultura-sustentable-volver-origen>
- Universidad de Zulia. (2006, abril). *La racionalidad productiva de la familia campesina. SciELO - Scientific Electronic Library Online*. Recuperado el 28 de abril de 2023, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872006000100006
- Urbano, L. M. (2018). *Trabajo de grado para optar por el título de Magíster en Desarrollo Alternativo Solidario y Sostenible. Agricultura campesina y sostenibilidad, estudio de caso en la zona rural del municipio de Colón Génova-Nariño. Génova, Colón, Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)*.
- Valenciano, J. D. P., & Gómez, A. C. (2001). *Evolución de las teorías de desarrollo rural: La aplicación en España. Investigaciones sociales*, 5(7), 151-172.
- Vargas Montealegre, A. R. (Ed.). (2023). *Economía rural informal en Colombia. Editorial Universidad del Rosario*. <https://doi.org/10.12804/urosario9789585001725>
- Vereda el Trébol. (s.f.). *Vereda el Trébol*. Recuperado de <https://veredaeltrebol.ucoz.net/>
- Whyte, W. F. (2012). *Street corner society: The social structure of an Italian slum. University of Chicago Press*.

Anexos

Anexo 1. Consentimiento informado

Anexo 2. Guía de preguntas.

Anexo 3. Guía de observación.

Anexo 1. Consentimiento Informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación una clara explicación de la naturaleza de esta, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Manuela García Castaño y Lorena Silva Henao, estudiantes de la Especialización en Gerencia de proyectos - UNIMINUTO. El objetivo de este estudio es analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio mediante la información de entes gubernamentales y población rural del municipio.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responder.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Manuela García Castaño y Lorena Silva Henao. He sido informado (a) de que el objetivo de este estudio es analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023 para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio mediante la información de entes gubernamentales y población rural del municipio.

Me han indicado también que tendré que responder preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Lorena Silva Henao o Manuela García Castaño a los teléfonos 311 3590738 y/o 3127302247.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

Anexo 2. Guía de preguntas

Entrevista realizada para fines académicos con el propósito de obtener el título de Especialistas en Gerencia de Proyectos. Está a cargo de las profesionales Manuela García Castaño y Lorena Silva Henao, estudiantes de la Especialización en Gerencia de Proyectos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Rectoría Eje Cafetero, sede Chinchiná-Caldas.

Primera Parte: Datos Demográficos

Nombre Completo: _____

Edad: _____

Género: _____

Estado civil: _____

Número de hijos: _____

Vereda: _____

¿Cuánto tiempo lleva viviendo en la vereda? _____

Segunda Parte: Articulación con categorías

Economía familiar

1. ¿Cómo describiría la importancia del mercado campesino en su economía familiar?
2. ¿Ha notado algún cambio en su economía familiar a raíz de su participación en el mercado campesino?
3. ¿Cuál es el promedio de ingresos que obtiene en un día en el que no participa en el mercado campesino?
4. ¿Cuál es el promedio de ingresos que obtiene en un día de mercado campesino?
5. ¿Cuál es la utilidad promedio que obtiene en un día de mercado campesino? y ¿En qué invierte estas utilidades?

Familias campesinas

1. ¿Podría brindarnos una breve descripción de su experiencia y la de su familia en el mercado campesino en Chinchiná-Caldas?
2. ¿Ha notado algún impacto en su grupo familiar como resultado de la participación en el mercado campesino? ¿En qué aspectos se ha visto reflejado?
3. ¿Qué tipo de apoyo o recursos considera necesarios para que su familia pueda participar en el mercado campesino?
4. En su opinión, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan las familias campesinas de estas veredas para participar en el mercado campesino o emprender sus propios negocios?

Mercado campesino

1. ¿Participa regularmente en el mercado campesino? ¿Qué lo motiva a participar?
2. Producto(s) con el que participa del Mercado campesino
3. ¿Hace cuánto participa en el Mercado campesino?
4. ¿Cuáles son los beneficios que obtiene al participar en el mercado campesino?
5. ¿Existen iniciativas o programas gubernamentales o no gubernamentales como por ejemplo de la Alcaldía de Chinchiná o el Comité de Cafeteros que hayan respaldado o brindado apoyo al mercado campesino en Chinchiná-Caldas durante el primer semestre de 2023? ¿Podría proporcionar detalles sobre estos programas?
6. ¿Cómo cree que se podría promover una mayor participación, crecimiento, sostenibilidad y desarrollo del mercado campesino en el futuro?

7. ¿Tiene alguna sugerencia adicional o comentario sobre la incidencia del mercado campesino en la economía local que le gustaría compartir con nosotros?

Anexo 3. Guía de Observación

Instrumento de Observación Mercado campesino Chinchiná-Caldas	
<p>Objetivo: Analizar la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quebra y La Floresta del municipio de Chinchiná-Caldas en el primer semestre de 2023, para la comprensión de su participación en el desarrollo socioeconómico del municipio mediante la información de entes gubernamentales y población rural del municipio.</p>	
<p>Contexto: (Debe describir claramente el escenario donde se realiza la observación)</p>	
Fecha y hora de la observación:	
Lugar de la observación:	
Descripción del entorno físico y social:	
Participantes:	
Número de familias campesinas observadas:	
Características demográficas de las familias (edad, género, tamaño de la familia, etc.)	

Observaciones:	
Descripción detallada de las actividades llevadas a cabo por las familias campesinas durante la observación:	
Registros de las interacciones entre los miembros de las familias y con otros actores presentes en el entorno (compradores, vendedores, autoridades locales, etc.):	
Identificación de los productos que se comercializan en el mercado campesino:	
Anotación de precios, cantidades y transacciones económicas relevantes:	

<p>Observaciones sobre la cooperación entre las familias campesinas:</p>	
<p>Identificación de roles y responsabilidades en el mercado campesino:</p>	
<p>Registro de cualquier otro aspecto relevante en cuanto a comportamientos y dinámicas sociales relacionadas con la economía campesina:</p>	
<p>Conclusiones y reflexiones:</p>	
<p>Análisis de los datos observados y reflexiones sobre los hallazgos relevantes:</p>	

<p>Identificación de patrones, tendencias o fenómenos destacados en base a las observaciones realizadas:</p>	
<p>Implicaciones de los resultados observados para la comprensión de la importancia del mercado campesino en la economía de las familias campesinas:</p>	