

**"Mercados Campesinos: Una Estrategia de Sostenibilidad Socioeconómica para la
Población Rural de Envigado"**

Edith Tabares Quintero

Cristian Suárez Pulgarín

Estudio de Monografía para la obtención del título de Profesional en Mercadeo

Orientador:

Juan Guillermo Álvarez Arroyave

Institución Universitaria de Envigado

Mercadeo

Envigado

2023

Nota de aceptación

La presente monografía, "Mercados Campesinos: Una Estrategia de Sostenibilidad Socioeconómica para la Población Rural de Envigado", se presenta a la Institución Universitaria de Envigado, como requisito a optar por el título de Profesional en Mercadeo.

Esta investigación representa el resultado de un esfuerzo dedicado y riguroso, con el propósito de analizar a fondo la importancia y el impacto de los mercados campesinos como una estrategia para promover la sostenibilidad socioeconómica en la población rural en Envigado.

A través de un enfoque multidisciplinario y el uso de una metodología basada en la revisión documental exhaustiva, se ha recopilado información valiosa y se han analizado datos relevantes para respaldar las conclusiones y recomendaciones presentadas en este trabajo.

Presidente del Jurado

Dedicatoria

Queremos dedicar este trabajo de grado a la Institución Universitaria de Envigado, por brindarnos la oportunidad de formarnos académicamente y ser parte de esta comunidad educativa comprometida con la excelencia.

A nuestras familias, por su apoyo incondicional, comprensión y aliento constante a lo largo de esta travesía. Gracias por estar siempre a nuestro lado, por su amor y por creer en nosotros en cada paso del camino.

A nuestros compañeros de estudio, quienes se convirtieron en amigos y cómplices en esta etapa académica. Compartir risas, desafíos y experiencias con ustedes ha enriquecido nuestro aprendizaje y ha hecho de esta travesía una experiencia inolvidable.

A los docentes de la Institución Universitaria de Envigado, por su dedicación y compromiso en impartir conocimientos, guiarnos en nuestro proceso de aprendizaje y ser una fuente de inspiración. Gracias por su paciencia, sabiduría y por desafiarnos a alcanzar nuestro máximo potencial.

Este logro no sería posible sin el respaldo de cada una de estas personas y la institución. Les estamos eternamente agradecidos por formar parte de nuestro camino y ser parte de este importante hito en nuestras vidas.

Agradecimiento

En este momento especial, queremos dedicar un profundo agradecimiento a Dios, quien ha sido nuestro guía constante a lo largo de este proceso de trabajo de grado. Con su infinita sabiduría, nos ha fortalecido y nos ha brindado la sabiduría necesaria para enfrentar cada dificultad que hemos encontrado en nuestro proyecto. Agradecemos su presencia en cada paso y por ser nuestra fuente de fortaleza e inspiración.

A nuestro asesor, Juan Guillermo Álvarez, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento. Su apoyo incondicional, disposición y orientación han sido invaluable durante el proceso de la Monografía. Su experiencia y conocimientos nos han guiado de manera excepcional, brindándonos la confianza y el enfoque necesario para alcanzar nuestros objetivos. Gracias por su paciencia, dedicación y por creer en nuestro potencial.

Por último, pero no menos importante, queremos extender nuestro agradecimiento a nuestras familias. Han estado a nuestro lado incondicionalmente, brindándonos apoyo emocional, comprensión y aliento en cada etapa de este arduo proceso. Su amor, confianza y sacrificio han sido fundamentales para nuestra perseverancia y éxito. Agradecemos su presencia constante y su confianza en nosotros.

A Dios, a nuestro asesor y a nuestras familias, les estamos eternamente agradecidos. Su apoyo y contribución han sido pilares fundamentales en este viaje académico. Este logro no sería posible sin ustedes, y su influencia en nuestras vidas es verdaderamente invaluable.

Contenido

Resumen.....	1
Abstract	3
Palabras claves	4
Keywords	4
Introducción	5
Objetivos	8
Objetivo General:	8
Objetivos Específicos	8
Justificación	9
Planteamiento del problema.....	10
Cuerpo.....	12
Diseño Metodológico	12
Marco Legal	13
Marco Contextual	14
Marco Teórico	15
Conclusiones	22
Estrategias y Recomendaciones.....	24
Referencias.....	25

Resumen

En el marco de esta propuesta de monografía, " Mercados Campesinos: Una Estrategia de Sostenibilidad Socioeconómica para la Población Rural de Envigado ", se llevó a cabo una exhaustiva investigación basada en fuentes secundarias relevantes. Entre estas fuentes se incluyeron revistas digitales especializadas en temas agrícolas y rurales, trabajos de grado digitales de otras investigaciones afines, y documentos emitidos por importantes entidades como la Secretaría de Medio Ambiente de Envigado, la Corporación Otra Parte y la Alcaldía de Envigado.

El análisis de esta información recopilada permitió abordar de manera completa los objetivos planteados en el estudio, tanto el objetivo general como los objetivos específicos. A través de un enfoque multidisciplinario, se examinó el impacto de los mercados campesinos como una estrategia para promover la sostenibilidad socioeconómica en la población rural de Envigado.

Este estudio proporcionó una visión integral de la importancia y los beneficios de los mercados campesinos, destacando su papel en la promoción de la economía local, la inclusión social y el desarrollo sostenible. Se analizaron aspectos como la generación de ingresos para los pequeños productores agrícolas, la diversificación de la oferta de alimentos frescos y saludables para los consumidores locales, y la creación de espacios de encuentro y cohesión social en la comunidad rural.

Objetivo General: Analizar la viabilidad de los mercados campesinos como alternativa de sostenibilidad económica para la población rural del Municipio de Envigado.

Objetivos específicos: En este estudio se analiza la gestión llevada a cabo por la población del Municipio de Envigado para el desarrollo de mercados campesinos. Se examina cómo se han establecido y promovido estos mercados, así como las estrategias utilizadas para su funcionamiento y crecimiento.

Además, se busca identificar el impacto económico que ha tenido la implementación de los mercados campesinos en la población del Municipio de Envigado. Se analizan los beneficios económicos generados para los agricultores y productores locales, así como para la comunidad en general, en términos de empleo, ingresos y acceso a productos frescos y de calidad.

Se busca comprender el papel de los mercados campesinos como una fuente de desarrollo económico sostenible para la población del Municipio de Envigado y evaluar su impacto positivo en la economía local.

Según Pachón (2020), los Mercados Campesinos han surgido como una estrategia de marketing aplicada en diferentes áreas de Colombia con el propósito de acercar a los productores y consumidores, además de fomentar la participación política de la comunidad campesina. (p.1). Por lo cual inicia como una propuesta en el Municipio de Envigado como una forma de contribuir a la economía del campesino, surge desde la secretaría de medio

ambiente en la línea de desarrollo Rural y agropecuario se crean los mercados campesinos, como iniciativa para dar a conocer a los envigadeños la herencia agropecuaria y la historia no contada de las raíces del municipio.

Abstract

This monograph proposal called "Farmer's Markets: A Social-economic sustainable strategy for the rural people in the Envigado's municipality", was carried out considering secondary sources such as: Digital magazines, digital degree works, corporate authors such as the secretary of Envigado's environment, the Otra Parte corporation and of course the Envigado mayor's office. The information was analyzed, and a response was given to each of the proposed objectives for both, General and Specific.

Its general objective is to analyze peasant markets as a strategy of economic sustainability for the rural population of the Municipality of Envigado.

As specific objectives, this study examines the management carried out by the population of Envigado Municipality for the development of farmers' markets. It explores how these markets have been established and promoted, as well as the strategies used for their operation and growth.

Furthermore, the study aims to identify the economic impact of implementing farmers' markets on the population of Envigado Municipality. It analyzes the economic benefits generated for local farmers and producers, as well as for the community at large, in terms of employment, income, and access to fresh and quality products.

The objective is to understand the role of farmers' markets as a source of sustainable economic development for the population of Envigado Municipality and assess their positive impact on the local economy.

(p.1). Therefore, it begins as a proposal in the Municipality of Envigado to contribute to the peasant economy; this arises from the Secretary of the Environment in the line of Rural and agricultural development the peasant markets are created, as an initiative to make the Envigado's people aware of the agricultural heritage and the story that has not been told of the roots of the Municipality.

Palabras claves

Mercados, Campesinos, Sostenibilidad, económica, Rural.

Keywords

Markets, Farmers, Sustainability, Economic, Rural.

Introducción

La monografía "Análisis de los Mercados Campesinos como Estrategia de Sostenibilidad Socioeconómica para la Población Rural del Municipio de Envigado" surge a partir de la pregunta central: ¿Los mercados campesinos representan una estrategia efectiva de sostenibilidad socioeconómica para la población rural de Envigado? La elección de este tema se basa en la necesidad de examinar y comprender el impacto de los mercados campesinos como una alternativa viable para promover la estabilidad económica en la población rural.

Gómez Pineda, Narvaez Vargas y Buitrago Quintana (2017) plantean que en este estudio, se implementa la estrategia de los mercados campesinos como un medio para alcanzar el objetivo de brindar estabilidad económica a la población rural, tal como lo plantea Gómez Pineda, Se busca analizar y evaluar de manera exhaustiva las experiencias y resultados de la implementación de estos mercados en el Municipio de Envigado, considerando aspectos socioeconómicos relevantes.

El enfoque de esta monografía se centra en identificar y comprender cómo los mercados campesinos contribuyen a la sostenibilidad socioeconómica de la población rural. Se examinará la forma en que estos mercados fomentan la participación de los pequeños productores agrícolas, generando oportunidades de ingresos y mejorando la calidad de vida en la comunidad rural. Además, se analizará el impacto en la seguridad alimentaria, el desarrollo local y la conservación del medio ambiente.

De acuerdo con Gómez Pineda, Narvaez Vargas y Buitrago Quintana (2017)

La iniciativa de los mercados campesinos representa una valiosa apuesta por la participación activa del campesinado, buscando establecer un equilibrio en los precios y garantizar que los habitantes rurales obtengan un justo valor por sus productos. Estos mercados se conciben como un ejercicio de comercio justo, que promueve una propuesta alternativa e importante. Su objetivo principal es fortalecer la participación directa de los productores en la oferta de productos y en la relación con los consumidores, generando una dinámica que fomenta la proximidad y el intercambio directo entre ambos actores (p. 4).

Buscando así que exista un mercado agrícola más competitivo, siendo sostenible y rentable en el tiempo; mejorando la calidad de vida de los campesinos del Municipio de Envigado; y generando estilos de vida saludables para sus consumidores con el fin de buscar un gana-gana campesino. Se abre así la relación entre lo urbano y lo rural donde la correlación de vínculos humanos solidarios pasa a segundo plano y se entrega la construcción de campo-ciudad a un entreacto destinado a realizar la obtención de lucro de unos pocos y a facilitar la explotación de productores-consumidores y consumidores-productores.

El tipo de monografía es de análisis de experiencias ilustrando los acontecimientos propios que viven diariamente los campesinos en el Municipio de Envigado.

La metodología utilizada en esta investigación consistirá en realizar una revisión documental exhaustiva de fuentes secundarias relevantes. Esta revisión se llevará a cabo con el objetivo de recopilar información sustancial y actualizada relacionada con los mercados campesinos

y su impacto en la sostenibilidad socioeconómica de la población rural en Envigado.

Se espera que este estudio arroje resultados que evidencien los impactos y beneficios de los mercados campesinos en la sostenibilidad económica de la población rural. Asimismo, se establecerán compromisos y estrategias de comunicación basados en los objetivos planteados y en la revisión bibliográfica de las fuentes citadas.

Con estos elementos, se espera contribuir al conocimiento y promoción de los mercados campesinos como una herramienta efectiva para mejorar la sostenibilidad económica de la población rural del Municipio de Envigado.

Objetivos

Objetivo General:

Analizar la viabilidad de los mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural del Municipio de Envigado.

Objetivos Específicos:

Investigar la gestión llevada a cabo por la población del Municipio de Envigado para el desarrollo de mercados campesinos. Se examina cómo se han establecido y promovido estos mercados, así como las estrategias utilizadas para su funcionamiento y crecimiento.

Identificar el impacto económico que ha tenido la implementación de los mercados campesinos en la población del Municipio de Envigado. Se analizan los beneficios económicos generados para los agricultores y productores locales, así como para la comunidad en general, en términos de empleo, ingresos y acceso a productos frescos y de calidad.

Comprender el papel de los mercados campesinos como una fuente de desarrollo económico sostenible para la población del Municipio de Envigado y evaluar su impacto positivo en la economía local.

Justificación

En esta monografía basada en análisis de experiencias de los Mercados Campesinos para la Población Rural del Municipio de Envigado, es pertinente para la construcción de una investigación donde los campesinos se vean reconocidos en la labor que desempeñan en la municipalidad través de la implementación de los mercados campesinos.

Dentro de la búsqueda de material de fuentes indexadas se hallan suficientes fuentes secundarias y primarias sobre esta temática sobre las experiencias en la realización de los Mercados Campesinos en otros Municipios.

Esta monografía permite analizar qué tan sostenible a nivel socioeconómico es para los campesinos fortalecer la realización de los mercados campesinos como una estrategia de desarrollo sostenible en el tiempo en la zona urbana de Envigado; permitiendo así la vinculación de nuevos proyectos de otras secretarías adscritas en el Municipio.

La hipótesis de esta monografía entonces permitirá dar una mirada económica sobre si el impacto que genera la realización de los Mercados Campesinos es, o no, una estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural en el Municipio de Envigado.

Planteamiento del problema

El problema por investigar es: ¿Son los Mercados Campesinos una estrategia de sostenibilidad económica para la población rural del Municipio de Envigado? Buscando evidenciar la manera como estos mercados impactan en la calidad de vida de los agricultores y cómo se benefician económicamente los habitantes del Municipio de Envigado; pero, principalmente, cómo el campesino retorna a su papel de protagonista, en el desarrollo económico del país, pues del campo depende de gran medida el alimento diario de todos. Según el Ministerio de agricultura (2018), “La agricultura campesina familiar y comunitaria produce más del 70% de los alimentos del país” (p.1). Así pues, la ineficiencia en la producción de las cosechas y las dificultades logísticas hace que el alimento termine costando el doble o el triple de un producto similar o sustituto extranjero; es aquí, donde el campesino busca eliminar los intermediarios y llegar directamente al consumidor final, acudiendo a los mercados campesinos, amparados por proyectos de secretaria de ambiente y desarrollo rural.

Esta monografía pretende dar a conocer los alivios que los mercados campesinos han dado a los cultivadores del municipio, esta alternativa del gobierno municipal beneficia a los cultivadores y a los consumidores de sus productos, pues claramente se está llegando cada vez más habitantes del municipio, al tiempo que permite crear mercados saludables, donde priman los alivios económicos para ambas partes y paulatinamente se va tecnificando la actividad agropecuaria.

Este enfoque ayudará a comprender y valorar las actividades del campo, a conocer la tarea que los campesinos cumplen dentro del marco económico de las regiones y los renglones económicos del país. Las experiencias que han adquirido los campesinos del municipio permiten ahondar en las labores que este desarrolla y comprender las razones que hacen que sean el principal eslabón en la cadena alimentaria de la región, siendo el trabajo del campo el que garantiza la seguridad alimentaria de los países y es la fuente principal de vida.

Cuerpo de la monografía

Diseño Metodológico

La monografía “Mercados Campesinos: Una Estrategia de Sostenibilidad Socioeconómica para la Población Rural de Envigado”, el diseño metodológico es de tipo documental ya que la información registrada proviene de fuentes secundarias como lo fueron: Revistas digitales, trabajos de grado, cartillas digitales, como documentos de autores corporativos, secretaría de medio ambiente y desarrollo rural, aportes de la corporación Otra Parte, alcaldía de Envigado que tienen relación estrecha con la temática, desarrollando una revisión exhaustiva que permitió un análisis teniendo como eje el objetivo general y los específicos.

El tipo de monografía es de análisis de experiencias ilustrando los acontecimientos propios que viven diariamente los campesinos en el Municipio de Envigado; bajo el paradigma de acción participativa; es de resaltar que esta información se decodifico teniendo presente el objetivo general y los objetivos específicos.

Marco Legal

Los Mercados Campesinos se encuentran amparados y regulados bajo la Ley 160 de 1994 por la cual se crea el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino, se establece un subsidio para la adquisición de tierras, se reforma el Instituto Colombiano de la Reforma Agraria y se dictan otras disposiciones (Min Agricultura, 2019, p.1)

Según la Resolución 464 de (2017) del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) sobre la "Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria - ACFC", se establece la promoción y fortalecimiento de los Mercados Campesinos y Comunitarios como parte de los lineamientos para fomentar la reducción de intermediarios, precios justos, el acercamiento entre lo urbano y lo rural, y la promoción de sistemas agroalimentarios sostenibles.

En este sentido, los Mercados Campesinos se presentan como una forma de comercialización de circuito corto, que permite a asociaciones, productores y microempresarios de zonas rurales vender sus productos directamente al consumidor final, sin la intervención de intermediarios. Esto crea una relación directa entre el productor y el consumidor, facilitando la realización de agro negocios que mejoren los ingresos y, por ende, la calidad de vida de los agricultores.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura, el impulso de los Mercados Campesinos busca fortalecer la agricultura familiar y comunitaria, promover la sostenibilidad económica de las zonas rurales y facilitar un mayor vínculo entre lo rural y lo urbano. Además, se enfatiza en la importancia de los sistemas agroalimentarios sostenibles, que contribuyen a una producción y consumo más conscientes y responsables.

Marco Contextual

Esta monografía de análisis de experiencias se contextualiza en el Municipio de Envigado, Aquí encontramos la historia de los primeros campesinos que se registran en la ciudad de Envigado, según la fundación Otra Parte (2002-2023), muestran que

- Hacia 1630, además de Aburrá se incluían otros poblados en el valle, tales como Ana, La Tasajera (Copacabana), La Culata (San Cristóbal), Itagüí, Santa Gertrudis (Envigado), Hato viejo (Bello) y Guayabal.
- La primera capilla que existió en Envigado, construida en la primera mitad del siglo XVIII, concretamente en 1750, en terrenos de la finca de Don Francisco de la Calle, padre de los doctores Jerónimo y Alberto María, estaba dedicada a la Virgen de los Dolores y, sólo en 1775, cuando se aprueba por parte del Obispo de Popayán Antonio de Obregón la erección de la Parroquia, se le dedica el templo que se construye a Santa Gertrudis y se la escoge como Patrona de Envigado.
- El origen de Envigado está íntimamente unido a la existencia de Medellín desde la fundación de la Villa de La Candelaria, aunque siempre conservando su propia identidad.
- Primero aparece un Envigado rural diseminado en un inmenso territorio que

comprendía lo que hoy son Envigado, Sabaneta, Itagüí y Caldas. En ese territorio fueron apareciendo haciendas, personas de medios económicos altos, quienes fueron casando sus descendientes con españoles pobres, de origen prominente, que llegaron hasta América en busca de fortuna.

Estas haciendas se fueron multiplicando y prosperando, subdividiendo cada vez más la tierra, lo que aumentó la población de este territorio.

- Al iniciar el último cuarto de siglo XVIII es el momento en que aparece Envigado a la vida urbana en el año de 1775, cuando se crea la Parroquia de Santa Gertrudis, se escoge el sitio para el templo, se trazan la plaza y las primeras calles. (p.1)

Marco teórico

Descripción de los mercados campesinos

Mercados campesinos, (s.f)

Es una herramienta que busca impulsar la economía de los agricultores y crear oportunidades comerciales. Se trata de una estrategia práctica que permite establecer un canal de venta para pequeños productores y procesadores de alimentos en Bogotá y sus alrededores. Estos espacios no solo fomentan la inclusión social, sino que también se centran en los agricultores como principal público objetivo. Además, brindan apoyo a emprendedores que desarrollan proyectos agroindustriales para agregar valor a los productos. (p.1)

Los mercados campesinos en el Municipio de Envigado surgen inicialmente con 15 campesinos de las veredas de Pantanillo, Palma, Vallano, el Escobero, Santa Catalina y Perico en conjunto con la dirección de medio ambiente en la línea de desarrollo rural y agropecuario; donde se realizan asambleas para la construcción del programa mercados para luego realizar una feria donde se expone al público los objetivos del proyecto y la producción de los campesinos teniendo una gran acogida por los habitantes de Envigado donde todos los primeros días del mes se realiza los mercados campesinos en el parque principal Marceliano Vélez. El objetivo principal de los campesinos en participar en el mercatado es eliminar los intermediarios donde el agricultor vende al empresario su producción a un valor inferior, para luego los empresarios llevarlos al consumidor final ofertando el producto a un valor superior generando pérdidas al agricultor sin aportarle valor a los productos.

Por tanto, los mercados campesinos promueven la producción agroecológica, impulsan la economía del campesino abriendo nuevas oportunidades de mercado donde permite que los campesinos evalúen nuevas estrategias de marketing donde antes se limitaba solo a vender a terceros sin conocer las necesidades de los consumidores.

Secretaría de medio ambiente y desarrollo Rural de Envigado, (2022), expone que

La Dirección de Desarrollo Rural y Agropecuario, adscrita a la Secretaría de Medio Ambiente, habilitada como Entidad Prestadora del servicio de Extensión Agropecuaria – EPSEA dentro del territorio nacional de acuerdo

con la resolución 455 del 23 de noviembre de 2021, expedida por la Agencia de Desarrollo Rural, acompaña permanentemente a los productores rurales del municipio de Envigado en diversos programas agrícolas y pecuarios, en los siguientes temas:

Extensión agropecuaria: El desarrollo de las capacidades humanas y sociales, el acceso a la información, la gestión sostenible de los recursos naturales y el fortalecimiento de las habilidades para la participación son aspectos fundamentales dentro de los Mercados Campesinos, con el objetivo de promover un desarrollo integral y sostenible de la población rural.

Entregas de insumos agropecuarios: A través de los proyectos de presupuesto participativo de la zona 11 y la zona 13 se entregan insumos para el fortalecimiento de la producción agropecuaria.

Mercados campesinos: Fomento al desarrollo económico del productor campesino mediante su acceso directo al consumidor final por medio de eventos que promueven la actividad comercial, así como el impulso a los procesos de comercialización de sus cosechas.

Estrategia Comercial: La estrategia comercial pretende visibilizar las actividades campesinas que se desarrollan en el territorio rural, generar una cultura de Envigado consume lo que produce Envigado y a su vez buscar alternativas viables que propendan por la sostenibilidad de las actividades

agropecuarias. mediante el fortalecimiento de la economía campesina, integrando a los productores y a los jóvenes a las dinámicas actuales del mercado global con el uso de herramientas tecnológicas disponibles en las Tics.

Modelos de innovación: Implementación y fortalecimiento de sistemas hidropónicos, acuaponía, invernaderos, sistemas de riego, paneles solares, cosechas de agua, sistemas silvopastoriles, mejoramiento genético, mallas antigranizo, BPA.

Prácticas en disminución de agroquímicos: Disminución gradual en la cantidad y categorías toxicológicas de los agroquímicos, implementación de prácticas culturales y de uso de insumos biológicos, prácticas de uso responsable de agroquímicos en los predios agropecuarios del municipio de Envigado. (p.1-5)

Impacto económico para población rural de Envigado con los mercados campesinos.

La estrategia de los mercados campesinos está encaminada a posicionar los productos que cultivan los campesinos del municipio en el sector urbano. Esta estrategia cambio por completo la manera de distribuir los productos, eliminando la cadena de intermediarios y llegando directamente a la despensa de los consumidores. No hay intermediarios nacionales o extranjeros, son solo los cultivadores con sus productos, para los habitantes del municipio. (p.1-5)

Según González (2015), los mercados locales se convierten en una estrategia de comercio justo, promoviendo un desarrollo local eficiente, equitativo y sostenible. El comercio justo

busca establecer una red de comercio alternativo que valore el pago justo a los productores, promueva valores sociales y respete el medio ambiente.

Esta variante del comercio alternativo permite a los productores evitar las presiones del mercado, al acortar la distancia entre ellos y los consumidores, fomentando un comercio más equitativo y solidario.

Según lo planteado por Charlton y Stiglitz (2006), el comercio puede ser una fuerza positiva para el desarrollo, con un impacto significativo en el crecimiento económico y el desarrollo. Además, la idea de que el comercio mejora el bienestar social es una de las doctrinas fundamentales de la economía moderna.

En resumen, estos mercados locales se presentan como una estrategia de comercio justo que promueve el desarrollo local, garantizando precios justos para los productores, promoviendo valores sociales y respeto al medio ambiente, y contribuyendo al crecimiento económico y al bienestar social.

Es así como estos mercados han sido beneficiosos para los campesinos y para los habitantes del municipio, como lo expresa Margarita Jiménez Acevedo, quien habla de su experiencia, de la manera como se prepara para llegar cada primer sábado del mes, al parque principal del municipio para vender directamente sus productos a precios justos y tener una ganancia representativa y acorde con su trabajo de sembrar y cultivar. Ella habla de su experiencia, del acompañamiento que reciben de las instituciones municipales, con emoción cuenta como les envían hasta un transporte que los recoge y los lleva de regreso a sus fincas; de los cursos de capacitación comercial que reciben y lo más importante, de lo orgullosa que se siente por representar a todos los campesinos, no sólo del municipio, de toda Colombia.

Estos datos de la encuesta demuestran cómo los neocampesinos están incursionando en el campo con ideas relacionadas a la producción y comercialización. Ello genera sin duda una mejora en la calidad de vida de los cultivadores, sin intermediarios en la cadena de distribución los productos llegan más frescos, y a precios bajos al consumidor final, por ejemplo, en los supermercados un kilo de fresas cuesta alrededor de \$10.400 pesos, en el puesto de Jesús Alberto Velásquez, productor independiente, lo encuentra a \$7000 pesos, lo que beneficia de manera directa al consumidor final y genera una disminución de las cifras de pobreza de las áreas rurales. Esta estrategia de fijación de precios no solo permite a los consumidores adquirir una mayor variedad y cantidad de alimentos al mismo costo, sino que también tiene un impacto positivo en la seguridad alimentaria de la población del municipio. Además, es importante destacar el impacto ambiental positivo que estos mercados generan al reducir la necesidad de realizar largos recorridos para la entrega de los productos, lo que a su vez contribuye a la disminución de emisiones de CO₂ en el aire y ayuda a mitigar el cambio climático.

Según la revista de desarrollo económico (2011), al promover mercados regionales y nacionales a través de esta estrategia, se logra evitar que sectores económicos como el transporte, los combustibles y los insumos relacionados con la producción agrícola se conviertan en exclusivas fuentes de rentabilidad para unos pocos actores. Esto tiene un impacto positivo al fomentar una economía más inclusiva y democrática para toda la sociedad.

En lugar de concentrar el beneficio económico en un grupo reducido, la promoción de

mercados regionales y nacionales permite que más actores participen en el proceso de producción, distribución y comercialización de alimentos agrícolas. Esto contribuye a una distribución más equitativa de los beneficios económicos, así como a una mayor diversidad y competencia en el sector.

Además, al reducir la dependencia de largos recorridos y transporte de alimentos, se disminuye la emisión de CO₂ y se mitiga el impacto negativo en el cambio climático. Esta consideración ambiental positiva es un aspecto importante a tener en cuenta al promover una economía sostenible y responsable.

Esta estrategia de mercados regionales y nacionales no solo favorece una economía más inclusiva y democrática, sino que también tiene un impacto positivo en la reducción de la huella de carbono y en la promoción de prácticas más sostenibles en el sector agrícola y económico en general. conjunto de la sociedad.

La estrategia de fijación de precios en estos mercados no solo beneficia a los consumidores y la seguridad alimentaria, sino que también tiene un impacto positivo en el medio ambiente y promueve una economía más equitativa y participativa.

Conclusiones

Los mercados campesinos son, sin duda, una estrategia de sostenibilidad económica en el municipio de Envigado. Estos mercados proporcionan una fuente de ingresos para los agricultores, lo que les permite cubrir sus necesidades básicas y mantener una vida digna. Además, al participar en estos mercados, los agricultores tienen la oportunidad de dar a conocer sus productos y educar a los habitantes de las zonas urbanas sobre los beneficios y el valor de su producción. Esto contribuye a promover una mayor valoración de los productos locales y a fomentar el consumo de alimentos frescos y saludables en la canasta familiar.

Los mercados campesinos ofrecen precios justos tanto para el campesino como para el consumidor; porque al campesino vender sus productos a terceros se genera una cadena de comercialización donde al llegar al consumidor, es él empresario quien fija los precios y pierde ganancia el agricultor.

Los mercados campesinos permiten una alimentación sana debido a que mientras la producción tenga menos pasos para su comercialización se eliminan las sustancias artificiales para preservar el producto.

Los mercados campesinos son una medida que, desde su aparición, se han buscado preservar en la mayor medida de lo posible, siempre manteniendo las características que diferencian el intercambio entre productor – consumidor, sin pasar por toda una cadena de valor que no les genera directamente a los productores ningún tipo de rédito o beneficio

adicional

Los mercados campesinos se convierten en espacios de encuentro y diálogo entre diferentes comunidades, permitiendo que la cultura rural se comparta y se aprecie en la zona urbana, y viceversa. A través de estas relaciones de trueque, se fortalece el sentido de comunidad y se promueve la valoración de los productos locales y el conocimiento tradicional asociado a ellos.

El dinero pasa a un segundo plano en las ferias campesinas, dando paso a la generosidad, la solidaridad y la reciprocidad como valores fundamentales. Esta dinámica no solo impulsa el intercambio económico, sino que también promueve la integración social y el fortalecimiento de la identidad cultural.

Estrategias y Recomendaciones

Establecer una red de comercio y difusión a través de medios digitales que permita visibilizar y conocer la oferta de los diferentes productos encontrados en espacios físicos habilitados para ser mercados campesinos.

Para fortalecer esta red de distribución, se implementará un servicio de atención al cliente a través de medios de comunicación rápida, como WhatsApp. Este canal de comunicación permitirá atender de manera ágil y eficiente las solicitudes, dudas, preguntas y pedidos de los consumidores. Los productores estarán disponibles para responder de manera oportuna a través de mensajes de texto, llamadas y envío de información relevante. Esta estrategia de atención al cliente a través de WhatsApp ayudará a mejorar la experiencia del consumidor, brindándole un canal directo y conveniente para interactuar con los productores y realizar sus pedidos de manera rápida y sencilla.

En esta dinámica de mercados, no se observa una transferencia de responsabilidad del fabricante hacia intermediarios, lo cual implica que el productor puede asumir una mayor responsabilidad directa en el proceso, logrando así reconocimiento y posicionamiento.

Se utiliza un canal de distribución directo, eliminando la necesidad de intermediarios minoristas. En este modelo, las ventas se realizan directamente desde los productores a los consumidores, sin la intervención de terceros. Este enfoque permite asegurar un suministro constante de productos, ya que las cantidades ofrecidas son suficientes para abastecer de manera continua a través de este canal directo.

Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (s.f.). *Secretaría de Desarrollo Económico*. Obtenido de Mercados Campesinos: <https://www.mercadoscampesinos.gov.co/quienes-somos/>
- Bojanini, S. L. (2009). *DIAGNÓSTICO PRODUCTIVO ZONA 12 DE ENVIGADO – Vereda Pantanillo*. Obtenido de ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA: https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/1636/LatorreSara_2009_DiagnosticoProductivoZona.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Charlton, J. E. (2006). *COMERCIO JUSTO PARA TODOS*. Obtenido de Heifer Project International 2: http://ici.unq.edu.ar/ici_biblio/Stiglitz.pdf
- Concejo de Envigado. (8 de Mayo de 2020). *ACTA DE SESION DEL CONCEJO DE ENVIGADO*. Obtenido de <https://www.concejoenvigado.gov.co/wp-content/uploads/2020/05/acta-de-08-de-Mayo.pdf>
- Congreso de Colombia. (1994). *Por la cual se crea el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural*. Obtenido de MInagricultura: <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%20160%20de%201994.pdf>
- congreso de Colombia. (2017). *Resolución 464 de 2017 MDR*. Obtenido de Minagroicultura: <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%20No%20000464%20de%202017.pdf>
- DANE. (2018). *CENSO NACIONAL*. Obtenido de DANE 2018: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y->

poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018

DANE. (2020). *DANE*. Obtenido de Censo Valle de Aburra:

<https://dssa.gov.co/images/asis/fichas/Envigado.pdf>

Fundación OTRA PARTE. (2002- 2023). *Historia de Envigado*. Obtenido de Fundación

Otra Parte:

https://www.otraparte.org/?s=historia+envigado&et_pb_searchform_submit=et_search_process&et_pb_include_posts=yes

Gobernación de Antioquia, DANE. (2023). Obtenido de

<https://dssa.gov.co/images/asis/fichas/Envigado.pdf>

Hernán Darío Pineda Gómez, Y. D. (2018). *En-Contexto*. Obtenido de Institución

Universitaria Tecnológico de Antioquia:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551859331003>

Mercados Campesinos. (S.F). *Quienes Somos* . Obtenido de Mercados campesinos:

<https://www.mercadoscampesinos.gov.co/>

Ministerio de Agricultura. (2018). *MinAgricultura reactiva los mercados campesinos para que los productores vendan sus cosechas a buen precio*. Obtenido de Min agricultura.

Ministerio de Agricultura. (2020). *Ministerio de Agricultura y desarrollo rural resolucio 0006*. Obtenido de Minagricultura:

<https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Resoluciones/RESOLUCI%C3%93N%20NO.%20000006%20DE%202020.pdf>

Revista de desarrollo económico. (2011). *Estrategia Nacional de Economía Circular*.

Ministerio agroicultura.

Rico, C. A. (Noviembre de 2011). *Economía campesina, soberanía y seguridad*. Obtenido

de

https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/mercadoscampesinos.pdf

Romero, P. (2020). Mercados Campesinos ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria? *scielo.org*, 35-48.

Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Agropecuario. (2022). *Ambientómetro*.

Obtenido de Observatorio Ambiental y Agropecuario:

<https://ambientometroenvigado.com/secreatria-de-medio-ambiente-y-desarrollo-rural/informacion-ambiental/desarrollo-agropecuario/>

Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de Marketing - Primera edición, 2013*. Obtenido de www.sapientia.uji.es: [https://drive.google.com/file/d/153-PXxCP-](https://drive.google.com/file/d/153-PXxCP-O0pu105IgozE1HPbeWJDd5J/view)

[O0pu105IgozE1HPbeWJDd5J/view](https://drive.google.com/file/d/153-PXxCP-O0pu105IgozE1HPbeWJDd5J/view)

Zegarra, E. (2015). Agricultores y consumidores comparten intereses. *Leisa*, 1-40.