

Mercado campesino en las familias campesinas del municipio de Chinchiná (Caldas)

Lorena Silva Henao¹

Manuela García Castaño²

Olga Lucía Duque Carvajal³

Recibido Abril 2021 – Aceptado Agosto 2021

Quántica. Ciencia con impacto social

Vol – 3 No. 1, Enero -Junio 2022

ISSN: 2711-4600, e-ISSN: 2954-5838

Pgs 64-86

<https://doi.org/10.56747/rcq.v3i1.4>

*Resumen

El objetivo de la investigación fue analizar la importancia del mercado campesino en las familias campesinas de las veredas El Trébol, La Quiebra del Naranjal 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. Se trabajó bajo investigación cualitativa con enfoque investigación-acción y diseño descriptivo, lo que proporcionó un canal directo con las familias campesinas para conocer los productos agrícolas que les generan ingresos. Como técnicas se utilizaron la observación participante y la entrevista, facilitando recopilar la información. Se utilizó el muestreo por cuotas para seleccionar una muestra representativa de familias campesinas en diferentes veredas. Los resultados mostraron interconexión entre mercados campesinos, la economía local y la identidad cultural; además, la importancia de la participación de las mujeres y su empoderamiento en un mercado que se ha pensado que es exclusivo para hombres; se destacó de forma paralela el impacto del mercado en las

1 Especialista en Gerencia de Proyectos Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Chinchiná – Colombia / lorena.silva@uniminuto.edu.co / <https://orcid.org/0009-0007-0078-1125> / https://scholar.google.com/citations?hl=es&view_op=list_works&gmla=AP6z3Obt2Pr4qblST2LjJmjRwFemBbsBmr53h7zvbmxWWIkGpwkpCKOTqAh1CvDL4tUFm-B33kmkrZhCY13YUwlcVHwy7xZ4SNA&user=ec6HJfMAAAAJ

2 Especialista en Gerencia de Proyectos Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Chinchiná – Colombia / manuela.garcia-ca@uniminuto.edu.co / <https://orcid.org/0009-0002-4952-8044> / <https://scholar.google.com/citations?user=MVOC7GMAAAAJ&hl=es>

3 Ph.D en Ciencias de la Educación, Docente Líder de Investigación Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Chinchiná – Colombia / olga.duque@uniminuto.edu / <https://orcid.org/0000-0003-4611-0240> / <https://cgscholar.com/community/profiles/user-39667-25656> / Autor de correspondencia.

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: campesino, mercado agrícola, desarrollo comunitario, familia, zona rural.

Peasant market in the peasant families of the municipality of Chinchiná (Caldas)

*Abstract

The objective of the research was to analyze the importance of the peasant market in the peasant families of the El Trébol, La Quiebra del Naranjal and La Floresta villages of the municipality of Chinchiná (Caldas) in the first half of 2023 to understand their participation in the socioeconomic development of the municipality through information from government entities and the rural population. We worked under qualitative research with an Action Research approach and descriptive design, which provided a direct channel with peasant families to learn about the agricultural products that generate income. Participant observation and interviews were used as techniques, making it easier to collect information. Quota sampling was used to select a representative sample of peasant families in different villages. The results showed interconnection between peasant markets, the local economy and cultural identity; furthermore, the importance of women's participation and their empowerment in a market that has been thought to be exclusive for men; in parallel, the impact of the market on families and the community in general was highlighted. Thus, this research provides an understanding of the relevance of the peasant market in the local economy and its role in the sustainable development of Chinchiná.

Keywords: farmer, agricultural market, community development, family, rural area.

*Introducción

El presente estudio se enfocó en el tema del mercado campesino para las familias campesinas en las veredas El Trébol, La Quebra del Naranjal y La Floresta, ubicadas en el municipio de Chinchiná (Caldas). Es de resaltar que Ellis (1993, p. 35) define el concepto de familias campesinas como aquellos grupos sociales dedicados a la agricultura y producción de alimentos en las zonas rurales. Frente a la descripción de las veredas, 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 al trébol, planta de cuatro hojas considerada 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.

De la vereda La Quebra del Naranjal, la Alcaldía de Chinchiná (2020) expone que 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. Los lugareños se dedican también a la producción de otros productos agrícolas como frutas, verduras y productos lácteos.

En cuanto a la vereda La Floresta, la Alcaldía de Chinchiná (2020) resalta que 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.

*Materiales y métodos

El presente trabajo se llevó a cabo mediante una investigación tipo cualitativo con enfoque de investigación-acción. 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 Lewin (1988), 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 Whyte (2012), *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.

Para recolectar la información necesaria se emplearon dos técnicas principales: la observación participante y la entrevista. Por un lado, la observación participante, según Geertz (1973), también conocida como observación participativa, implica que el investigador se involucre directamente en el contexto social que fue estudiado, participando activamente en las actividades y eventos junto con los sujetos de investigación. Por otro lado, la entrevista que fue aplicada a un subgrupo de campesinos de las veredas y que se estableció como la muestra de esta investigación, estuvo conformada por tres representantes de cada vereda, para un total de nueve campesinos. Para ello, se contó con el método de elección proporcional buscando que la muestra seleccionada fuera proporcional al tamaño de cada vereda. Así, la muestra contó con el 55% de mujeres y el 45% restante hombres, con un promedio de edad aproximado a los 43 años. Para la recolección de información fueron claves las categorías principales de investigación: mercado campesino, familias campesinas y economía campesina.

Para el análisis de la información se utilizó la minería de texto (*text mining*) que “es un área de investigación del procesamiento automático de la información” (Contreras, 2014, p. 131), 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. Enseguida, los 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 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.

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

La triangulación amplía la visión general de la investigación y confiere mayor confiabilidad y coherencia a los hallazgos, al reducir posibles sesgos y limitaciones inherentes a un solo método o fuente de información. 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.

La teoría que orientó esta investigación estuvo enfocada en la teoría de Desarrollo Económico (Sen, 1998) 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.

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) y Guzmán (2014), los mercados campesinos pueden aportar diversos beneficios económicos y sociales, como estimular la producción local, generar empleo y fomentar la sostenibilidad medioambiental. De igual forma, 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. De esta manera, 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.

En este estudio se hizo una relación de antecedentes entre los años 2019 y 2022 donde se pueden encontrar investigaciones, a nivel nacional e internacional, del análisis de la participación del sector campesino en la economía local y sus implicaciones. 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. Estas fueron: “Mercado campesino de Guasca: prácticas sociales para el fortalecimiento del buen vivir 2008-2018” (Ramos y Mayorga, 2019), “Análisis de los mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural colombiana”

(Rojas, 2019), “Tendencia y alcances teóricos del comercio justo en Colombia caso Villavicencio” (Mejía et al., 2019), “Construcción social del concepto de calidad desde las percepciones de actores de comercialización de frutas locales: experiencia mercados campesinos, Bogotá” (Blanco, 2019), “La agricultura familiar agroecológica, una estrategia de desarrollo rural incluyente. Una revisión” (Fonseca-Carreño et al., 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” (Aranda, 2019), “Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la de ciudad Girardot - Cundinamarca” (Gutiérrez y Toro, 2020), “Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca)” (Pachón y Pachón, 2020), “Dinámica del funcionamiento y retos del mercado campesino COOPMERCASAN de Florencia (Caquetá)” (Sánchez et al., 2020), “Impacto de la economía rural en Colombia” (Mendoza et al., 2020), “La seguridad alimentaria: una revisión sistemática con análisis no convencional” (Ramírez et al., 2020), “Agroecología y soberanía alimentaria: ideas para el debate en camino a la agricultura sostenible” (Hidalgo y Sorondo, 2020), “El mercado campesino y su relación institucional en el municipio de Ibagué (Colombia)” (Saavedra y Cubillos, 2021), “El Sistema Participativo de Garantías (SPG) como estrategia administrativa en los territorios rurales cafeteros del Cauca, Colombia” (Solarte y Grass, 2021), “Asociatividad, una estrategia para la implementación de mercados campesinos, aportando al desarrollo rural” (Bravo et al., 2022) y “Sistematización de la experiencia de circuito corto de comercialización estudio de caso Tibasosa, Boyacá” (Hoyos et al., 2022).

Además, se contó con seis 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. Entre ellas están: “Los beneficios y retos del comercio justo: Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana)” (Coscione, 2019), “Seguridad alimentaria en América Latina y el Caribe” (Salazar y Muñoz, 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” (Fernández et al., 2019), “El rol de los actores en mercados locales y campesinos de México y Colombia” (Roldán-Rueda, 2020), “Movimientos sociales, políticas públicas y construcción de mercados para las agriculturas familiares campesinas en Chile” (Muñoz y Niederle, 2020) y “Hacia una agricultura sostenible y resiliente en América Latina y el Caribe: Análisis de siete trayectorias de transformación exitosa” (FAO, 2021).

De esta manera, estos estudios brindaron un aporte a la investigación, en cuanto a los mercados campesinos se refiere, donde cada uno tuvo un interés particular y, con sus resultados, llevaron a la articulación de un conocimiento propio para el sector rural, es el caso del estudio denominado “Análisis de los mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural colombiana” (Rojas, 2019) que permitió evaluar la viabilidad de los mercados campesinos como una estrategia para mejorar la estabilidad financiera en las áreas rurales de Colombia y la evaluación del impacto económico que estos mercados generan en dicha comunidad identificando que

los mercados campesinos en Colombia surgen 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.

De otro lado, la propuesta de Blanco (2019) denominada “Construcción social del concepto de calidad desde las percepciones de actores de comercialización de frutas locales: experiencia mercados campesinos, Bogotá”, que llevó a analizar el comercio justo y el comercio no convencional como una opción para reducir la desigualdad entre grupos sociales, permitiendo ver el mercado campesino como una alternativa comercial que se presenta como un estilo de vida 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.

También, el trabajo de Roldán-Rueda (2020), “El rol de los actores en mercados locales y campesinos de México y Colombia”, que se enfocó en realizar 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, teniendo la posibilidad de examinar trayectorias, motivaciones y diversas estrategias para entender sus roles, contextos y formas de participación en estos mercados relacionados con la producción, el comercio, la organización y el consumo.

De manera similar, en un contexto chileno, Muñoz y Niederle (2020), realizan un estudio denominado “Movimientos sociales, políticas públicas y construcción de mercados para las agriculturas familiares campesinas en Chile”, en el que analizan 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, contando con la participación de líderes de diferentes asociaciones campesinas que compartieron sus experiencias de comercialización.

*Resultados

Los resultados de la investigación revelan que los mercados campesinos no solo son espacios de transacción económica, sino también núcleos vitales para la cohesión social y la identidad en las comunidades rurales estudiadas. Además, se identificó que la conexión entre estos mercados y las familias campesinas es crucial, puesto que actúan como guardianes de la autenticidad de productos y prácticas agrícolas únicas, contribuyendo así al sustento y conocimientos ancestrales de las familias.

Por otra parte, la investigación proporciona una visión detallada del aporte del mercado campesino en la economía de las familias campesinas donde se destacan estos mercados, no solo como puntos de venta, sino también como motores clave para establecer precios

justos y eliminar intermediarios a través de la venta directa. La transacción comercial en los mercados campesinos se posiciona como un elemento crucial para el sustento de las familias campesinas. A su vez, la investigación ofrece una caracterización de la participación de las familias campesinas en los mercados campesinos.

Se resalta que estas familias, arraigadas en la tradición y cultura local, encuentran en estos escenarios lugares de transacción y espacios educativos puesto que los mercados campesinos actúan como plataformas donde se comparten prácticas agrícolas e intercambian conocimientos, fortaleciendo así la conexión directa entre los productores y los consumidores. De esta manera, esta investigación confirma la importancia integral de los mercados campesinos en la economía de las familias campesinas, subrayando su papel como catalizadores de identidad, sostenibilidad y desarrollo comunitario en las veredas estudiadas de Chinchiná (Caldas), así:

Exploración de las dimensiones del mercado campesino

El mercado campesino, más allá de ser un espacio de transacciones comerciales, se revela como un núcleo vital para la cohesión social y la identidad en las comunidades rurales. La frecuente aparición de términos como “mercado” y “campesino” no solo señala intercambios económicos, sino que también destaca la vitalidad de estos espacios en la construcción de comunidades. Las dimensiones identificadas, como “acceso” y “prácticas”, ilustran cómo estos mercados no solo facilitan intercambios económicos, sino que también actúan como plataformas para el aprendizaje y la conexión entre agricultores. Este entendimiento más profundo ofrece un panorama completo de la función multifacética de los mercados campesinos en la vida rural.

Perspectivas de las familias campesinas

Las familias campesinas, arraigadas en la tradición y la cultura local, trascienden el simple aspecto laboral. Las dimensiones de “campesinos” y “agricultor” encapsulan identidades que van más allá del trabajo diario, conectándose directamente con testimonios que subrayan la importancia de los mercados campesinos como guardianes de su sustento y depositarios de conocimientos ancestrales. Estos mercados, por ende, se erigen no solo como puntos de venta, sino también como guardianes de la autenticidad de productos y prácticas agrícolas únicas de la región. La conexión directa con los consumidores en estos espacios refuerza la preservación de la identidad cultural y agrícola de las familias campesinas.

Desglose de la economía campesina

La economía campesina, anclada en la producción local y sostenible, se presenta como una red compleja de dinámicas económicas. El desglose profundo de las prácticas agrícolas en diferentes veredas revela la adaptabilidad de los campesinos a las particularidades locales. La conexión entre términos como “gubernamentales”, “turismo” y “regiones” demuestra que la economía rural no opera de manera aislada; está inmersa en una red de influencias externas.

Los mercados campesinos son centros de transacción y motores de desarrollo económico sostenible y colaboración comunitaria donde los campesinos no solo buscan ventas, sino también diversificación de ingresos y mejoras en la calidad de los productos, resaltando la capacidad de estos mercados para fomentar una economía sostenible y colaborativa con el interés de diversificar sus ingresos y ampliar sus oportunidades comerciales, conectando con su deseo de mejorar sus medios de vida y avanzar hacia la sostenibilidad económica, la cual, según Daly (1997), 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.

De esta forma, los testimonios directos de los campesinos destacan la integralidad de los mercados campesinos en su economía familiar. La capacidad de establecer precios justos y eliminar intermediarios a través de la venta directa se posiciona como un motor clave. Además de la transacción comercial, los mercados campesinos son considerados espacios educativos, donde se comparten prácticas agrícolas y se intercambian conocimientos. La conexión con decisiones gubernamentales y oportunidades económicas más amplias indica la complejidad de las influencias externas en la economía rural, proporcionando una base rica para futuras reflexiones sobre políticas agrícolas y desarrollo comunitario. Para mayor comprensión a continuación se exponen algunos testimonios:

“Participar en el mercado campesino ha sido una decisión acertada para nuestra economía familiar. Nos ha permitido acceder a un grupo de clientes que valora y aprecia los productos locales y frescos. Esto ha generado una mayor demanda y, como resultado, hemos aumentado nuestros ingresos”.

“Mi experiencia y la de mi familia en el mercado campesino en Chinchiná (Caldas) ha sido muy positiva. Hemos podido vender nuestros productos a un precio justo y llegar a un público más amplio. Esto nos ha permitido mejorar nuestra calidad de vida y alcanzar nuestros objetivos”.

“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”.

“La importancia del mercado campesino en nuestra economía familiar ha sido algo ambigua. Si bien nos ha brindado una oportunidad para obtener ingresos adicionales, no ha sido una fuente estable y constante de recursos. Dependemos en gran medida de factores externos, como la demanda de los productos y las condiciones climáticas, lo que puede generar incertidumbre en nuestras ganancias. Además, la competencia en el mercado campesino es cada vez más fuerte, lo que dificulta destacar y lograr ventas consistentes. Aunque valoramos la experiencia y las relaciones que hemos construido con otros agricultores y clientes, reconocemos que el mercado campesino no ha cumplido completamente nuestras expectativas en términos de brindar una seguridad financiera sólida para nuestra familia”.

Estos testimonios dan muestra de 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. Para Machado et al. (2004, p. 86), las economías campesinas, indígenas y afrocolombianas son fundamentales para la producción agropecuaria en Colombia confirmando que los mercados campesinos están entrelazados con la vida de las familias campesinas en las veredas estudiadas.

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. Es decir, llegar a un desarrollo económico local que, según Pike et al. (2017), es un proceso de mejora y fortalecimiento de la economía en una localidad o municipio, en este caso Chinchiná (Caldas), a través de la promoción de actividades como el mercado campesino.

Jornada que se celebra el primer sábado de cada mes en el Parque Principal de Chinchiná, concentrando productos agrícolas que son cultivados directamente por los campesinos de la región con la finalidad de que tengan una comercialización directa con el comprador y no con intermediarios que llevan a incrementar los productos y a disminuir las utilidades del campesino. De esta interacción y la variada oferta de productos, se puede evidenciar cómo este espacio promueve la agricultura local y fomenta prácticas sostenibles como la agricultura sostenible que, como indica Pretty (2007), se refiere a un enfoque de producción agrícola que tiene como objetivo principal maximizar los beneficios económicos, sociales y medioambientales a largo plazo.

Estos resultados resaltan la valiosa contribución de los mercados campesinos al desarrollo socioeconómico del municipio. Estos espacios de intercambio local son puntos de venta para los productos agrícolas y artesanales, que 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 El Trébol, La Quebra del Naranjal y La Floresta del municipio de Chinchiná (Caldas). Desde el análisis demográfico se logró identificar que estas familias tienen en promedio alrededor de dos hijos, lo que influye en la estructura familiar y las dinámicas económicas locales. Además, se evidenció que el tiempo promedio de residencia en las veredas es de aproximadamente 7,7 años, y se observó cómo esto impacta en la migración, la transición generacional y el desarrollo comunitario.

*Discusión

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 donde se evidencia cómo los mercados campesinos no solo son puntos de venta, sino también espacios de aprendizaje, intercambio de conocimientos y mejora económica, lo que se articula con lo que dice Rojas (2019) en su propuesta de investigación, que estos mercados buscan eliminar los intermediarios que encarecen los productos y reducen los ingresos de los productores, logrando que los agricultores lleven directamente sus alimentos a la ciudad.

La perspectiva de los campesinos, obtenida a través de las entrevistas, enriquece la investigación al proporcionar voces auténticas y experiencias de primera mano donde subrayan la necesidad de considerar aspectos económicos, sociales y culturales al evaluar la importancia de los mercados campesinos en el desarrollo rural, logrando identificar que

no hay un liderazgo reconocido en estos espacios que facilite el punto de partida para discusiones más profundas sobre políticas, prácticas agrícolas sostenibles y la promoción de la economía rural en las veredas estudiadas. Situación que plantean también Ramos y Mayorga (2019) en su trabajo de investigación cuando en sus resultados se destaca la falta de liderazgo por parte de los participantes del mercado campesino para garantizar su participación en la toma de decisiones municipales y políticas públicas.

El alto porcentaje de participación femenina en las entrevistas (55%) indica un nivel significativo de participación y representación de las mujeres, lo que puede reflejar un empoderamiento creciente de las mujeres rurales, quienes tradicionalmente han tenido un rol fundamental en la agricultura y la economía rural. La inclusión de las 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 los de los hombres, lo que permite una comprensión más holística de la vida rural y de las dinámicas en juego.

Dado que el estudio se centra en la economía de las familias campesinas, la participación de las mujeres cobra relevancia, toda vez que ellas 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. Se trata de atender el llamado que hace Coscione (2019) cuando expone que es necesario una mayor diversificación de la producción y los mercados porque persisten condiciones de desigualdad 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.

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 y que deje de ser un espacio orientado hacia el

cumplimiento de la responsabilidad social en lugar de una comprensión profunda del tema y su aplicación real (Mejía et al., 2019).

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.

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 siendo un espacio que promueve la producción local, agroecológica y sostenible en el marco de la Soberanía Alimentaria como lo expone Blanco (2019) en su trabajo de investigación.

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, pues 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. Goodman y Watts (1997) destacan la participación de las familias campesinas refiriéndose al nivel de compromiso y aporte que ellas tienen en el mercado campesino.

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. Según estudios realizados por autores como Vargas (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.

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 incrementar sus ganancias. De hecho, se debe hablar de un comercio justo que, a partir de Tallontire et al. (2001), es un modelo comercial que busca establecer relaciones más equitativas entre los productores, los intermediarios y los consumidores.

También, Santacoloma-Varón (2015) abordó la importancia de los mercados locales y la competitividad regional en el crecimiento económico y el bienestar de las comunidades rurales. Esto significa que 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. Valenciano y Gómez (2001) hablan del Paradigma de la Economía Dual, el cual 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.

*Conclusiones

En este apartado se presentan las conclusiones que emergen de los objetivos a la luz de los mercados campesinos en el contexto rural del municipio de Chinchiná (Caldas), donde, 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. Es así como 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 también 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.

Por medio 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.

*Referencias

- Aranda, 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* (trabajo de grado). Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia.
- Blanco, D. (2019). *Construcción social del concepto de calidad desde las percepciones de actores de comercialización de frutas locales: experiencia mercados campesinos, Bogotá* (trabajo de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Bravo, P. A., Charfuelan, L. C., Gualguan, C. M. y Hernández, D. K. (2022). Asociatividad, una estrategia para la implementación de mercados campesinos, aportando al desarrollo rural. *Revista CIES*, 3(2), 53-60.
- Contreras, M. (2014). Minería de texto: una visión actual. *Biblioteca Universitaria*, 17(2), 129-138.
- Coscione, M. (2019). *Los beneficios y retos del comercio justo: Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana)*. CEPAL.
- Daly, H. E. (1997). *Criterios operativos para el desarrollo sostenible*. En H. E. Daly y C. Schutze (Eds.), *Crisis ecológica y sociedad*. Ed. Germania.
- Ellis, F. (1993). *Economía campesina: familias campesinas y desarrollo agrario*. Prensa de la

- Universidad de Cambridge.
- FAO. (2021). *Hacia una agricultura sostenible y resiliente en América Latina y el Caribe: Análisis de siete trayectorias de transformación exitosas*. <https://doi.org/10.4060/cb4415es>
- Fernández, J., Fernández, M. I. y 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*. CEPAL.
- Fonseca-Carreño, N. E., Salamanca-Merchán, J. D. y Veega-Baquero, Z. Y. (2019). La agricultura familiar agroecológica, una estrategia de desarrollo rural incluyente. Una revisión. *Temas Agrarios*, 24(2), 96-107.
- 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). Pontificia Universidad Javeriana.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas* (Vol. 1). Gedisa.
- Goodman, D. y Watts, M. (Eds.). (1997). *Globalización de los alimentos: cuestiones agrarias y reestructuración global*. Routledge.
- Gutiérrez, T.E. y Toro, M. (2020). *Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Girardot - Cundinamarca* (trabajo de grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Girardot, Colombia.
- Guzmán, 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). IAEN.
- Hidalgo, C. y Sorondo, L. (2020). Agroecología y soberanía alimentaria: ideas para el debate en camino a la agricultura sostenible. *Revista Cienc. Tecnol. Agrollanía*, 19, 80-87.
- Hoyos, Y., Zamudio, C. y Sánchez, V. (2022). Sistematización de la experiencia de circuito corto de comercialización estudio de caso Tibasosa, Boyacá. *Región Científica*, 1(1), 57-68.
- Machado, A., Salgado, C. y Vásquez, R. (2004). *La academia y el sector rural 1* (No. 002929). Universidad Nacional de Colombia-FCE-CID.
- Mejía, J. A., Rodríguez, N. E. y Urrego, S. J. (2019). *Tendencia y alcances teóricos del comercio justo en Colombia caso Villavicencio* (trabajo de grado). Universidad Cooperativa de Colombia, Villavicencio, Colombia.
- Mendoza, D., Vélez, Y. y Rolón, B. M. (2020). Impacto de la economía rural en Colombia. *Convicciones*, 7(133), 31-35.
- Muñoz, E. y 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), 1-32.

- Pachón, J. P. y Pachón, F. A. (2020). Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca). *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 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. y Cárdenas, O. S. (2020). La seguridad alimentaria: una revisión sistemática con análisis no convencional. *Revista Espacios*, 41(45), 319-328.
- Ramos, A. M. y Mayorga, M. A. (2019). *Mercado campesino de Guasca: prácticas sociales para el fortalecimiento del buen vivir 2008-2018* (trabajo de pregrado). Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia.
- Rojas, M. A. (2019). *Análisis de los mercados campesinos como estrategia de sostenibilidad socioeconómica para la población rural colombiana* (trabajo de grado). UNAD, Colombia.
- 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), 1-28.
- Saavedra, A. y Cubillos, C. (2021). El mercado campesino y su relación institucional en el municipio de Ibagué (Colombia). *Luna Azul*, 53, 20-37
- Salazar, L. y Muñoz, G. (2019). *Seguridad alimentaria en América Latina y el Caribe*. BID.
- Sánchez, V., Gómez, C. A. y Millán, E. E. (2020). Dinámica del funcionamiento y retos del mercado campesino COOPMERCASAN de Florencia (Caquetá). *Investigación & Desarrollo*, 28(2), 22-56.
- Santacoloma-Varón, L. E. (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
- Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. *Cuadernos de economía (Santafé de Bogotá)*, 17(29), 73-100.
- Solarte, M. R. y Grass, J. F. (2021). El Sistema Participativo de Garantías (SPG) como estrategia administrativa en los territorios rurales cafeteros del Cauca, Colombia. *Revista Estrategia Organizacional*, 10(1), 1-15.
- 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

- Valenciano, J. D. P. y Gómez, A. C. (2001). Evolución de las teorías de desarrollo rural: La aplicación en España. *Investigaciones sociales*, 5(7), 151-172.
- Vargas, A. R. (Ed.). (2023). *Economía rural informal en Colombia*. Editorial Universidad del Rosario. <https://doi.org/10.12804/urosario9789585001725>
- Whyte, W. F. (2012). *Street corner society: The social structure of an Italian slum*. University of Chicago Press.

Para citar este artículo: Silva Henao, L; García Castaño, M; Duque Carvajal, OL (2022). Mercado campesino en las familias campesinas del municipio de Chinchiná (Caldas). *Revista Quántica*, Vol. 3 No. 1, X□X. <https://doi.org/10.56747/rcq.v3i1.4>