

## Mercados campesinos, ¿estrategia de implementación de la soberanía alimentaria?: Caso Sibaté (Cundinamarca)

### Peasant markets, ¿a strategy to implement food sovereignty? Case Sibate (Cundinamarca)

Jenny Paola Pachón-Romero<sup>1</sup>  
Fabio Alberto Pachón-Ariza<sup>2</sup>

Recibido: noviembre 28 de 2019

Aceptado: marzo 19 de 2020

#### Resumen

Mercados Campesinos ha sido una estrategia de comercialización implementada en varias regiones de Colombia, buscando acercar el productor al consumidor y potenciar la participación política del campesinado. Este artículo analiza el proceso de Mercados Campesinos a través de un estudio de caso en el municipio de Sibaté (Cundinamarca, Colombia) desde la lógica de la Soberanía Alimentaria. Para tal fin se utilizó una metodología mixta con entrevistas y encuestas a campesinos, consumidores y funcionarios públicos participantes de la estrategia. Los resultados destacan que solo dos de los principios de la Soberanía Alimentaria han sido parcialmente implementados, siendo estos el comercio alternativo de alimentos y la paz social, pues se resalta la producción de alimentos para el consumo local y la limitación en la participación de intermediarios, así como las relaciones de solidaridad y apoyo mutuo entre los actores; sin embargo, el desarrollo de otros elementos de la Soberanía Alimentaria es aún incipiente, probablemente esto se debe al débil control democrático ejercido por sus actores y por el enfoque principalmente económico que se le otorga a la estrategia.

**Palabras clave:** soberanía alimentaria, mercado campesino, circuitos cortos de comercialización, mercados alternativos de alimentos.

#### Abstract

Peasant markets have been a market strategy implemented in several regions of Colombia looking for bringing closer the producer to the consumer and to promote the political engagement of the peasantry. The current research analyzes the process of peasant markets through a case study in Sibate (Cundinamarca)-Colombia based on the logic of the food sovereignty principles. To this end, a mixed methodology was used with interviews and surveys of farmers, consumers and public officials participating in the strategy. The results emphasize that just two of the food sovereignty principles, food alternative markets and social peace, have been carried partially through. In this sense, food production for local consumption, the reduction of middleman participation, solidarity and support among actors, were remarked as the most critical aspects put into practice. However, the application of other features of food sovereignty is just emerging. Presumably, this is because of the weak democratic control carried out for the stakeholders, or because the peasant market in Sibate has mainly an economic focus given to the strategy.

**Keywords:** food sovereignty, peasant markets, short food supply chains, alternative food markets.

1 Nutricionista – Dietista, Magíster en Seguridad Alimentaria y Nutricional, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. E-mail: jep-pachonro@unal.edu.co. ORCID: 0000-0003-1982-6630

2 Médico Veterinario, Doctor en Economía Agraria, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. E-mail: fapachona@unal.edu.co ORCID: 0000-0002-2035-2228

## 1. Introducción

En la región central de Colombia, los Mercados Campesinos (MC), surgieron como proceso formal en el año 2004 como una iniciativa de organizaciones campesinas y comunales, apoyadas por el Instituto para una Sociedad y un Derecho Alternativos (ILSA), The Oxford Committee for Famine Relief (OXFAM) y la Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) (Parrado & Molina, 2014); sin embargo, existen experiencias anteriores como los mercados indígenas adelantados a finales del siglo pasado. Estos se realizaban en plazas públicas que se utilizaban como escenario para la venta e intercambio de alimentos, saberes y tradiciones (Ordóñez & Montoya, 2011). Más recientemente, los Mercasueños Campesinos fueron una iniciativa que se llevó a cabo en varias regiones del país, incluyendo Bogotá (El Tiempo, 2000). A pesar de lo importante que son este tipo de canales cortos de comercialización, se ha visto disminuida su trascendencia en los últimos años, debido a cambios de orientación en las políticas por periodos de gobierno, especialmente en la ciudad de Bogotá.

Si bien a nivel nacional la experiencia de MC ha sido múltiple, tanto a nivel urbano como municipal y veredal, la iniciativa llevada a cabo en Bogotá ha sido vista de manera exitosa, de modo que se ha replicado en otros departamentos de la región central de Colombia. Estos Mercados presentan básicamente dos pilares fundamentales: por un lado, la incidencia directa del campesinado en el diseño y ejecución de políticas públicas y, por otro, la participación económica más justa de los campesinos en el mercado.

El municipio de Sibaté, en el departamento de Cundinamarca, ha sido uno de esos espacios que ha intentado replicar esta experiencia, debido a que la agricultura y la ganadería son su principal vocación económica, por lo que posee una gran variedad de productos agrícolas para el mercado. En este sentido, desde aproximadamente el año 1998, el municipio viene acogiendo estrategias

departamentales de comercio alternativo de alimentos, destacando iniciativas como: Mercasueños, Abastos del Sur y los MC.

Desde su inicio, los MC se conciben como una estrategia que podría implementar algunos elementos de la Soberanía Alimentaria (SoA). Según Parrado & Molina (2014), la defensa de la SoA ha sido uno de los elementos fundamentales de los MC. Este fue uno de los puntos del Mandato Agrario de 2003, que le dio el marco político a la estrategia de MC.

Algunos de los elementos principales de la SoA han sido definidos a través de 7 principios. La Vía Campesina, principal promotor de la SoA, los consagra en la declaración "Soberanía Alimentaria: Un futuro sin hambre" (La Vía Campesina, 1996). Bajo este marco, este artículo pretende responder a la pregunta: ¿cuáles principios de la SoA han sido puestos en práctica por los actores participantes del proceso de MC en el Municipio de Sibaté (Cundinamarca)?

## 2. Marco teórico y metodología

### 2.1 Soberanía alimentaria

Según la Declaración de Nyéléni en el marco del Foro Mundial por la Soberanía Alimentaria (Nyéléni, 2007), la SoA es entendida como:

(...) El derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica, y su derecho a decidir su propio sistema alimentario y productivo. Esto pone a aquellos que producen, distribuyen y consumen alimentos en el corazón de los sistemas y políticas alimentarias, por encima de las exigencias de los mercados y de las empresas. Defiende los intereses de, e incluye a, las futuras generaciones. (p. 280)

El derecho a producir alimentos y el derecho a la alimentación están estrechamente vinculados con este concepto, ya que uno de los objetivos principales de la SoA ha sido fortalecer a los campesinos y su pequeña agricultura, aumentando su participación y contribuyendo al desarrollo rural, a la erradicación de la pobreza y la seguridad alimentaria (Beuchelt & Virchow, 2012).

La SoA pretende garantizar las condiciones de producción y comercialización de pequeños productores rurales (Almeida Filho & Scholz, 2008), siendo un proyecto político naciente, como una alternativa al modelo de globalización capitalista. El enfoque político de la SoA acoge la política agroalimentaria e incluye la necesidad de una solución democrática y eficiente a los problemas persistentes y no solucionados, como el hambre y la desigualdad social (McMichael, 2014).

## 2.2 Principios de la soberanía alimentaria

Los principios, son elementos inherentes e integradores de una praxis que se pueden desarrollar diferenciadamente en cada territorio. Estos elementos promueven cambios en las ideologías políticas, las prácticas agrícolas y las relaciones sociales (Aistara, 2013). La Vía Campesina ha determinado 7 principios de la SoA que pretenden recoger su complejidad, rescatando aquellos elementos esenciales para la garantía de su derecho, como se muestra a continuación:

i) Alimentación, un derecho humano básico: Considera que la alimentación es un derecho, por lo tanto, se debe asegurar que todas las personas coman bien, de manera adecuada y de calidad. Esto diferencia a los alimentos de las mercancías (Holt et al., 2013).

Todos y todas deben tener acceso a una alimentación inocua, nutritiva y culturalmente adecuada en cantidad y calidad suficientes para mantener una vida sana, con plena dignidad humana (Almeida Filho & Scholz, 2008).

ii) Reforma agraria: Es necesaria una reforma agraria que permita a las personas sin tierra y a los campesinos, especialmente a las mujeres, la propiedad y el control sobre la tierra que trabajan. El derecho a la tierra debe estar libre de discriminación (Almeida Filho & Scholz, 2008).

Se requieren también una serie de servicios de apoyo para los campesinos, tales como: el crédito, la sustitución de importaciones en alimentos estables y estrategias de desarrollo de autoconsumo, así como la construcción de políticas macroeconómicas que protejan a los beneficiarios de dicha reforma (Boyer, 2010).

iii) Protección de recursos naturales: La SoA implica el cuidado y uso sostenible de los recursos naturales, tales como: la tierra, el agua, las semillas y las razas de animales. La agroecología y el ambientalismo, son posibles alternativas que permiten producir alimentos de manera sostenible para superar la crisis alimentaria, para luchar contra la pobreza, la crisis climática y el régimen alimentario corporativo (Holt et al., 2013).

Otro elemento fundamental de este principio, es el derecho de los campesinos a practicar la gestión sostenible de los recursos naturales y de preservar la diversidad biológica libre de derechos de propiedad intelectual restrictivos (Almeida Filho & Scholz, 2008).

iv) Reorganización del comercio de alimentos: Los alimentos son una fuente de nutrición y solamente en segundo lugar un artículo de comercio. Las políticas agrícolas nacionales deben priorizar la producción para el consumo interno y la autosuficiencia alimentaria (Almeida Filho & Scholz, 2008).

La reorganización del comercio de alimentos, plantea un comercio justo para construir el poder colectivo mediante la creación de un mercado más favorable y ambientalmente sostenible. El apoyo a la producción y comercialización local de alimentos es un ejemplo importante, ya que

mantiene el dinero en el circuito local, por lo tanto, se genera un efecto multiplicador en dinero y además fortalece la economía local (Holt et al., 2013).

v) Eliminar la globalización del hambre: La eliminación del hambre implica poner como prioridad los derechos de los campesinos y los consumidores, por encima de los intereses particulares y privados.

La eliminación del hambre implica la libertad para intercambiar y crear mejores semillas. Este es un componente fundamental de la SoA, porque la diversidad genera una mayor disponibilidad de alimentos con calidad nutricional, garantizando una dieta variada. Esto permite el desarrollo y el rescate de técnicas culinarias que son culturalmente apropiadas y deseadas (Holt et al., 2013).

vi) Paz social: La SoA promueve nuevas relaciones sociales, libres de opresión y desigualdades entre hombres y mujeres, pueblos, grupos raciales, clases sociales y generaciones (Holt et al., 2013).

La SoA implica el derecho a estar libres de violencia. La alimentación no debe ser utilizada como un arma. Este principio promueve una sociedad con igualdad, una sociedad en donde las mujeres y los hombres, así como los diferentes miembros de una comunidad, pueblo o territorio, tengan la potestad para tomar decisiones sobre los alimentos (Patel, 2009).

vii) Control democrático: Los campesinos deben intervenir directamente en las políticas públicas en todos los niveles. Todos tenemos derecho a información certera y franca y a un proceso de toma de decisiones abierto y democrático. Especialmente se debe garantizar a las mujeres rurales, la toma de decisiones directa y activa en cuestiones alimentarias y rurales (Almeida Filho & Scholz, 2008).

Los campesinos tienen derecho a conocer, participar y decidir sobre todo lo relacionado con la alimentación, la reforma agraria, la participación del gobierno, de las organizaciones sociales y la implicación de las políticas públicas en los derechos humanos (Pachón, 2013).

### 2.3 Metodología

Con el fin de analizar los MC de Sibaté desde la lógica de la SoA, esta investigación utilizó un enfoque mixto. Bajo este paradigma se utilizó específicamente el diseño anidado o incrustado del modelo dominante. Este diseño utiliza la metodología cualitativa y cuantitativa, pero con un método predominante que guía la investigación (Sampieri et al., 1998). En este caso, el método que predominó fue el cualitativo, de modo que el método cuantitativo se anidó dentro del central.

El enfoque desarrollado fue el estudio de caso tipo descriptivo, la unidad de análisis correspondió a un caso único. Según Yin (1994), el estudio de caso se usa cuando “el investigador tiene poco control sobre los eventos, y cuando el foco está en un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida real”. En esta investigación se eligió este enfoque pues permitía indagar la implementación de los principios de la SoA en su contexto, bajo condiciones reales, con un caso reconocido a nivel departamental.

Inicialmente, se realizó un acercamiento conceptual, metodológico y referencial, que permitió dirimir claramente los instrumentos de captura de la información y el paso a paso de la investigación. Este proceso se llevó a cabo a través de la revisión de fuentes secundarias. Según Yin (1989), para la recolección de la información es recomendable utilizar varias fuentes de datos, realizando una triangulación de la misma con el fin de garantizar su validez interna. De acuerdo a esto, se utilizó un cuestionario de encuesta para los actores involucrados en el proceso de MC (20 campesinos y 15 consumidores).

Las preguntas realizadas surgen de un análisis de fuentes secundarias, donde se establece cada pregunta de acuerdo a las categorías. De este proceso emergieron 5 categorías que se basan en los principios de la SoA propuestos por La Vía Campesina. Para el caso de las subcategorías, corresponden a aquellos elementos observables en la fase de recolección de la información, que se detallan a continuación:

Alimentación, un derecho humano básico: Consumo de alimentos sanos y nutritivos, Consumo de alimentos culturalmente apropiados, Consumo de alimentos asequibles, Diversidad de alimentos, Eliminación del hambre.

Reforma agraria: Acceso a recursos (presupuesto, agua, tierra, infraestructura, semillas).

Protección de recursos naturales: Tipo de producción, Práctica de reciclaje, Conocimiento tradicional, Biodiversidad.

Reorganización del comercio de alimentos: Derecho a vender los productos para alimentar la población local, Creación y apoyo a mercados locales, Mercados de venta directa o con mínimo de Intermediarios, Precio justo.

Paz social y control democrático: Intervención en las políticas públicas, Organización y participación social real, Mujeres rurales en la toma de decisiones, Cooperación, solidaridad y apoyo mutuo, Intercambio de saberes.

En la encuesta también se aplicó un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, que es un instrumento muy utilizado en investigaciones que pretenden identificar la ingesta. Este cuestionario se compone básicamente de tres aspectos principales: la lista de alimentos, la frecuencia de consumo y el tamaño de porción de los alimentos que se consumen. Por su parte, las categorías de frecuencia de consumo utilizadas, se basaron en las reportadas por la Encuesta Nacional de

Situación Nutricional (Fonseca et al., 2011). Un elemento que se incluyó dentro del instrumento, fue la identificación de la forma en la cual se adquiere el alimento consumido.

### 3. Resultados y discusión

El análisis de resultados se efectúa a través de 5 categorías, derivadas de los principios de la SoA, mencionados en la sección anterior.

#### 3.1 Alimentación, un derecho humano básico

De acuerdo al cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, se halló que los consumidores tienden a presentar un mayor consumo de todos los grupos de alimentos con relación a los campesinos; posiblemente, el acceso físico y económico sea mucho más favorable en estos últimos, quienes son residentes en su totalidad de la zona urbana. Algunos informes indican que el 75% de quienes padecen hambre y pobreza en todo el mundo, vive en las zonas rurales. Los residentes de estas zonas se dedican, paradójicamente, a las tareas agrícolas. A pesar de que son quienes producen los alimentos, son los más vulnerables a los riesgos económicos y climáticos y otras crisis, lo cual les impide cultivar o adquirir alimentos suficientes y adecuados (Programa Mundial de Alimentos, 2009). Lo anterior es resultado de que tradicionalmente a los campesinos se les ha llevado a que comercialicen toda la producción, esto con el fin de aumentar la disponibilidad de alimentos en el mercado y para el consumo de otros, trayendo como consecuencia el paradójico porcentaje de hambre rural.

Para el caso de los campesinos, la mitad manifestaron haberse preocupado por falta de dinero para la alimentación en el último mes, mientras que el 85% de ellos refirieron haber consumido una cantidad menor de alimentos por falta de dinero. En cuanto a los consumidores, el 45% mencionan la misma preocupación. De ellos, el 80% consumieron una cantidad menor de alimentos por falta de dinero. Si bien el consumo de alimentos



tiende a ser superior en el grupo de consumidores, ambos refieren de manera similar limitaciones económicas para acceder a alimentos.

De acuerdo con Parrado y Molina (2014), alimentos como los cárnicos, las frutas y las verduras no son consumidos por la mayor proporción de hogares campesinos, su bajo consumo es atribuido a: la falta de dinero para su compra, la falta de disponibilidad de estos alimentos y sus altos precios.

El municipio de Sibaté tiene una amplia vocación agrícola y ganadera, lo cual favorece la disponibilidad de alimentos. Además, su ubicación en la región central, cercana a otros municipios productores de alimentos, y a la capital del país, en donde se acopian una gran cantidad de alimentos provenientes de distintas regiones, también beneficia su disponibilidad. Por lo tanto, es posible que el principal factor para el limitado acceso a alimentos, esté relacionado con restricciones de tipo laboral y social.

Prácticas como el autoconsumo o el trueque, están poco consolidadas en el MC de Sibaté. Posiblemente el bajo autoconsumo se debe a que una buena cantidad de los alimentos que se producen para ser ofertados en el mercado, son alimentos transformados (postres y lácteos, alimentos de panadería, sopas y platos preparados), cuya materia prima principal no es producida por el campesino, sino adquirida a través de la compra. La mitad de los campesinos encuestados refieren consumir los productos que ofertan en el mercado de no ser vendidos en su totalidad. Las personas restantes prefieren vender los alimentos en otros mercados como las tiendas de los barrios o directamente al consumidor en la modalidad denominada “venta puerta a puerta”, como última opción deciden utilizar estos alimentos como alimentación animal. Ningún campesino manifiesta realizar la práctica de trueque o intercambio de alimentos con productos no vendidos en el mercado, y son pocos quienes efectúan esta práctica con alimentos producidos en sus hogares o fincas.

Al comparar el aspecto de acceso económico a los alimentos con la práctica de autoconsumo, de 10 campesinos que manifiestan que en los últimos 30 días les faltó dinero para adquirir alimentos, tan solo 5 realizan esta práctica. Lo anterior da cuenta de cómo el autoconsumo puede ser un factor protector contra el hambre, que no se efectúa por gran parte de los campesinos, y que, por lo tanto, limita el acceso a los alimentos. La escasa práctica del autoconsumo de alimentos es, posiblemente, resultado de años de implementación del modelo tecnocrático de desarrollo rural. Este modelo tiene como finalidad la generación de altas tasas de productividad, sobre la base de una producción extensiva de gran escala (Ceccon, 2008).

Con respecto a los alimentos tradicionales y culturalmente apropiados, se ha identificado, tanto por consumidores como por campesinos, una pérdida en el cultivo y el consumo de los mismos. A este fenómeno se le han atribuido varias razones. La principal está dada por la pérdida de la cultura alimentaria que ya no es transferida de generación en generación, incluyendo saberes en torno a la preparación de este tipo de alimentos. Tan solo un 30% de los campesinos encuestados, refieren haber adquirido su conocimiento en la producción de alimentos exclusivamente por parte de sus padres o un familiar cercano.

La situación anterior, posiblemente también ha sido permeada por la implementación de las prácticas de la Revolución Verde, que generó un cambio sustancial en las prácticas agrícolas tradicionales. Esto a través de lo que se definió como un proceso de modernización de la agricultura, donde el conocimiento tecnológico suplantó al conocimiento tradicional dado por la experiencia campesina (Pachón et al., 2016). Otra razón que ha influenciado la pérdida de alimentos tradicionales, es la introducción al mercado de nuevos alimentos altamente industrializados, que han desplazado el consumo de los tradicionales (Ministerio de Cultura, Ministerio de Desarrollo Social, & Presidencia de la Nación, 2015).

En este sentido, la pérdida en el cultivo y el consumo de los alimentos tradicionales es evidente tanto para los campesinos, como para los consumidores del MC. El modelo económico neoliberal y las relaciones de comercio global, la desprotección al campesino local y la desregulación del mercado, han permeado también el ámbito local. Esto ha impedido, entre otras cosas, que la práctica de siembra y consumo de alimentos tradicional y culturalmente apropiados sea llevada a cabo de manera regular por sus participantes.

El principio de la alimentación como un derecho humano básico, es considerablemente amplio. Aquí se revisaron solo algunos aspectos que permiten dar cuenta de que el hambre es un fenómeno aún presente en los participantes del MC, entendiendo al hambre desde el limitado consumo de verdaderos alimentos a partir de lo cultural (Juarez, 2014). Más allá de ser una carencia fisiológica, dada por un limitado consumo de nutrientes, el hambre se debe a la pérdida de cultura alimentaria, de alimentos nativos y conocimientos ancestrales. En este sentido, el principio de la alimentación como un derecho humano básico, presenta aún un desarrollo incipiente en este escenario.

### 3.2 Reforma agraria

Se identifica el limitado acceso a la tierra, donde el 35% de los campesinos encuestados no posee este recurso básico para efectuar la producción de sus alimentos. Esto sin contar a aquellos que poseen tierra, pero que no es propia.

A parte del limitado acceso a la tierra, también se presenta un limitado acceso a otros recursos básicos. Por ejemplo, de 12 campesinos que se dedican a las labores agrícolas, tan solo 5 usan semillas propias. El bajo acceso a este recurso fundamental, da cuenta de la gran dependencia de insumos externos a la que se enfrentan los campesinos, quienes están a la deriva en el mercado, debido a los costos variables de estos insumos (Chaparro-Africano & Calle-Collado, 2017).

Si bien desde la administración local se han adelantado una serie de estrategias para mejorar el acceso a recursos productivos de los campesinos, según lo manifiestan los funcionarios, estos recursos han llegado a menos del 50% de los participantes de los MC. Esto posiblemente es el resultado de un fuerte apoyo que se le ha venido otorgando a las asociaciones organizadas de productores de monocultivos, dejando de lado al campesino cuya actividad está enfocada a la diversificación de cultivos, no necesariamente enfocados en el mercado.

Otro elemento rescatable, es que la principal finalidad del fortalecimiento al campesino que efectúa la administración local, es aumentar su productividad, aumentando la disponibilidad de alimentos, con el fin de que el campesino esté en la capacidad de entrar y competir en el mercado convencional; sin embargo, para la economía campesina, la finalidad principal no es el lucro, sino la vida digna y de calidad en su territorio. Por tanto, los enfoques son abiertamente contradictorios, sin mencionar que posiblemente el pequeño campesino pueda entrar al mercado pero, bajo las condiciones de inequidad, difícilmente podrá mantenerse en él.

A pesar de las actividades que realiza la administración local para mejorar el acceso a recursos productivos y generar transferencia de conocimientos y tecnología, es importante acompañar esta estrategia de manera equilibrada con los saberes tradicionales de acuerdo a cada sistema de producción. Esto con el fin de generar unas prácticas agroecológicas que mantengan la agrobiodiversidad, el uso de semillas nativas y las coberturas vegetales para la conservación de suelos (Parrado & Molina, 2014). Estas actividades en la actualidad no se han integrado a la estrategia de MC.

En cuanto al acceso a subsidios o créditos, los campesinos entrevistados refieren que en ningún momento han recibido apoyo de este tipo por parte de la administración local u otros entes

territoriales. Ante este panorama, es posible mencionar que la implementación del principio de reforma agraria en la estrategia de MC aún es precaria. En general, los campesinos del país han presentado una alta vulnerabilidad y pobreza. Algunas causas de esta situación, incluyen el limitado acceso a factores de producción y a bienes públicos, que disminuyen la generación de ingresos y el mejoramiento de la calidad de vida.

### 3.3 Protección de recursos naturales

En cuanto al tipo de producción de alimentos efectuada por los participantes en el MC, los campesinos hacen referencia principalmente a una producción de alimentos con mínima o ninguna utilización de insumos químicos. Solo el 20% de los encuestados manifestaron utilizar estos insumos; sin embargo, resulta contradictorio que algunos de los campesinos que refieren no utilizar insumos químicos, tengan acceso a equipos como la fumigadora y describan realizar la práctica de fumigación, sin aclarar el tipo de producto usado. Esta situación posiblemente es el resultado de una tendencia relacionada con la preferencia de consumo de alimentos que son producidos de manera limpia, los cuales son más valorados en el mercado. De hecho, esta es una característica que le es atribuida a los alimentos del MC, y por la cual los consumidores prefieren realizar compras en este espacio.

La SoA apoya dentro de este principio la producción agroecológica, pues potencialmente puede promover una mayor autonomía en la producción de los alimentos, favoreciendo servicios ambientales como: la descontaminación de las aguas, la captura de carbono, el control de plagas y enfermedades, entre otros aspectos (Chaparro-Africano & Calle-Collado, 2017); sin embargo, en este caso, los campesinos no describen la realización de esta práctica, y la administración local no mencionó promoverla tampoco. Tan solo una campesina dice implementar como base de su producción la agricultura orgánica, aunque una de las funciones realizadas por su núcleo familiar

es precisamente la fumigación de sus cultivos, sin aclarar el tipo de producto usado. De acuerdo con Rodríguez-Casallas (2018), probablemente los campesinos no tengan claridad conceptual en torno a los productos orgánicos, agroecológicos y convencionales.

En concordancia con Chaparro-Africano y Calle-Collado (2017), el conocimiento tradicional está directamente relacionado con la pérdida de diversidad genética en la agricultura campesina. Se ha estimado que más del 75% de la diversidad genética de los cultivos, se perdió durante el siglo pasado. Si continúa la tendencia actual, la diversidad genética se podría perder durante las dos siguientes generaciones. En este sentido, los hallazgos de esta investigación se encuentran en la misma línea, ya que consumidores y campesinos, reconocen una pérdida en la diversidad de alimentos generada por múltiples factores, como la poca transferencia de conocimiento en cuanto a la producción y consumo de alimentos tradicionales. El 60% de los campesinos manifiestan que sí recuerdan alimentos que se cosechaban y consumían en su infancia y que ya no se cosechan o se consumen, posiblemente debido a una limitada conservación del conocimiento ancestral.

Si bien el conocimiento técnico brindado por la administración local es importante en aras de mejorar la producción de alimentos, es innegable que probablemente este conocimiento está permeado por el fuerte enfoque actual que promueve la agricultura empresarial e industrial.

En el marco de los MC, la administración municipal ha venido desarrollando desde 2016 la estrategia denominada "Reciclatón". Esta estrategia posiblemente coadyuva a la sostenibilidad del proceso y que se ha relacionado en cierta medida con este principio, practicado no desde el campesino sino desde el consumidor, al promover la práctica del reciclaje en las familias.

"Esta iniciativa realiza un intercambio de productos reciclados por alimentos. En cada MC



la institucionalidad genera unos bonos, los cuales son redimibles en alimentos para el consumidor. La jornada de reciclación se desarrolla con el fin de incentivar a las personas del municipio a que reciclen; también para contribuir a mejorar los ingresos económicos de los campesinos que participan en el mercado” (Funcionario público No. 2, comunicación personal, 08 de agosto de 2018).

A pesar de que esta es una estrategia notablemente innovadora, que contribuye a proteger los recursos naturales y además a mejorar el acceso a los alimentos por parte de los consumidores, es poco conocida y utilizada por ellos.

Lo anterior permite identificar que el principio de protección de recursos naturales, no ha sido plenamente puesto en práctica por sus actores. En este caso, se ha identificado una pérdida de la diversidad de alimentos, que entre otras variables, está relacionada con la pérdida de conocimiento tradicional y el limitado intercambio de semillas tradicionales.

En otros MC, como el promovido por la Fundación San Isidro de Duitama, o por la Asociación Departamental de Usuarios Campesinos de Cundinamarca, se han venido implementando procesos de formación en agroecología (Ordóñez & Montoya, 2011). Estos espacios han presentado una tendencia hacia el tránsito a prácticas productivas limpias, orgánicas y agroecológicas; sin embargo, en el caso de Sibaté aún no son claras las transiciones de la producción convencional de alimentos a la producción alternativa. No obstante, es de resaltar que los consumidores de este espacio han manifestado su interés por los alimentos del MC, considerándolos alimentos producidos a través de prácticas alternativas, dándoles un valor simbólico agregado.

### 3.4 Reorganización del comercio de alimentos

La reorganización del comercio de alimentos, involucra: el derecho a vender productos para alimentar a la población local, la creación y el

apoyo a los mercados locales, los mercados de venta directa o con mínimo de intermediarios y el precio justo de los alimentos. Según la información recabada, los beneficios que principalmente se deben al MC por parte de los consumidores, son: el aumento en la disponibilidad y el acceso a alimentos frescos, de buena calidad y económicos (López-Posada & Pachón-Ariza, 2017). Mientras que, para los campesinos, se evidencia principalmente una contribución en el mejoramiento de la economía y la posibilidad de dar a conocer sus productos en otros mercados, razones que se relacionan sustancialmente con las motivaciones de los campesinos para iniciar la venta de sus alimentos en el MC.

El MC se convierte en un espacio que además de establecer circuitos cortos de comercialización, da a conocer sus productos para que sean comercializados en otros mercados. Los campesinos mencionan que desde la institucionalidad se les ha apoyado para participar en otros espacios externos al Municipio de Sibaté.

Teniendo en cuenta la posibilidad de los campesinos de acceder a otros mercados a través del MC, en general ellos reseñan que el acceso a mercados ha sido una tarea que se ha visto favorecida, pues se han generado relaciones con todo tipo de personas en municipios cercanos y en Bogotá; sin embargo, como se encontró en la investigación de Parrado-Barbosa y Molina-Ochoa (2014), una limitante importante que ha impedido aprovechar al máximo estos escenarios ha sido la poca disponibilidad y acceso a transporte. “Aquí lo único que se nos dificulta es el tema del transporte, nos sale excesivamente caro por el tema de la gasolina, la entrada a Bogotá, los desplazamientos, eso es ahorita lo que se nos ha dificultado un poco” (Mujer Joven Campesina, comunicación personal, 6 de agosto de 2018).

Ante fenómenos como: la liberalización de los mercados, el capitalismo global y la concepción del alimento como mercancía, la competencia de los campesinos con otros mercados, como:

las grandes superficies, las agroindustrias (Ploeg, 2013), e incluso la relativamente nueva tendencia de los *fruver*, es notablemente desigual. No obstante, los campesinos han desarrollado una estrategia de resiliencia, a través de calidad y relaciones de confianza con los consumidores, para competir con estos mercados. Un 33,3% de los consumidores encuestados, indican haber decidido iniciar la compra de alimentos en el MC principalmente por apoyar al campesino; un 20% porque en este espacio adquiere alimentos frescos, novedosos y de calidad. Esto da cuenta de lo mencionado anteriormente.

En cuanto al precio de los alimentos que se manejan en el MC, 15% de los campesinos y el 40% de los consumidores exponen que el precio de venta de los alimentos no es justo. Los campesinos lo atribuyen a que no se cubren los costos de producción o a que los productos deberían venderse más costosos debido a su calidad. Por su parte, los consumidores consideran un precio injusto de los alimentos, porque los precios de venta son similares o superiores a los manejados en otros mercados. En general, se presenta una contradicción entre campesinos y consumidores e incluso entre los mismos actores. Algunos puntualizan un precio de venta de alimentos similar o superior a otros mercados, mientras otros consideran que es inferior, y esto lo relacionan con la justeza.

Teniendo en cuenta que los consumidores del MC fueron quienes principalmente adjudicaron un precio de venta injusto, ellos plantean los siguientes mecanismos para mejorar el precio de los alimentos. Se requiere acabar con los intermediarios, apoyar al campesino con el transporte y en general con la logística, pues esto de una u otra manera está generando costos al producto, que al final trascienden en el costo del alimento. Otra estrategia que se proyecta es que los precios deben establecerse de acuerdo a los precios de otros mercados, evaluando el costo – beneficio.

Las sugerencias de algunos de los consumidores del MC, son consecuentes con algunas de las estrategias planteadas en otros MC, para la fijación del precio de sus productos. En la investigación de Acosta-Leal (2014), los MC de Bogotá realizaban la fijación de los precios con base en lo establecido en su comité de comercialización; sin embargo, en el momento de realizar la compra del alimento, se hacían negociaciones de precio entre consumidores y productores, diferentes a las establecidas por el comité.

A pesar de lo anterior, realmente la fijación de los precios por parte de los campesinos del Municipio se realiza principalmente de manera empírica. Todos los campesinos afirman conocer la inversión que realizan por el alimento que producen y lo que ganan por el alimento que venden. Pero al establecer el precio de sus productos, no se consideran aspectos como el costo de la mano de obra o del transporte del alimento, lo cual representa una limitante importante para acordar un precio justo entre consumidores y campesinos.

En términos generales, el principio de reorganización en el comercio de alimentos, es posiblemente uno de los que ha presentado un mayor grado de implementación. El MC ha permitido a los campesinos acceder a mercados de forma directa, aunque no en todos los casos. De esta manera, la cadena de intermediación se hace más corta, logrando una mayor equidad entre los actores del proceso de comercialización, donde los márgenes de ganancia para el productor pueden llegar a ser más altos y los precios para el consumidor pueden ser menores. Dada la reducción en la intermediación comercial, se ha logrado establecer una mejoría en los ingresos por parte de algunos campesinos. Además, a esto también se le ha atribuido un aumento en las habilidades comerciales por parte de los campesinos.

### 3.5 Paz social y control democrático

Con relación a la participación en espacios de toma de decisiones, un 65% de los campesinos

manifestó que no participan en ellos. Quienes refieren hacerlo (35%), mencionan que su participación se limita a la asistencia a asambleas del barrio o vereda, a través de las juntas de acción comunal o de las reuniones organizadas por el MC. Según la escala de participación, el papel de los campesinos en estos escenarios es netamente informativo y en el mejor de los casos consultivo (Estrada, Madrid-Malo & Gil, 2000).

De 16 mujeres integrantes del proceso de MC, tan solo 5 participan en el espacio antes mencionado. Tal como lo sostiene Zamara (2015), la participación política de las mujeres del MC es incipiente, su participación se da de manera desigual y las mujeres han tendido a naturalizarlo. Vale la pena mencionar este aspecto, ya que las prácticas de la SoA se basan en una revaloración del rol de la mujer en la ruralidad. Cuando la sociedad le otorgue el valor que tiene el campesinado, especialmente la mujer campesina, se empezará a poner en práctica realmente la SoA.

Asimismo, tan solo 7 campesinos participantes expresan pertenecer a alguna asociación. De ellos, 4 participan en escenarios de toma de decisiones. En algunos MC de otros municipios, como requisito para hacer parte de la estrategia, se establece que los campesinos deben estar asociados o agremiados. Este se convierte en un factor fundamental de los MC, pues se ha evidenciado que la mitad de los campesinos no participa en espacios de toma de decisiones y tampoco pertenecen a alguna asociación campesina.

A nivel institucional, existe poca claridad en cuanto a cuáles son los escenarios a los que pueden acceder, tanto campesinos como consumidores de alimentos, para participar en la toma de decisiones de políticas públicas. Posiblemente, esta situación se genera por la falta de escenarios de participación real.

En cuanto a los consumidores, el 80% manifiesta que no participa en la toma de decisiones activa de su comunidad, barrio, vereda o del municipio.

Tan solo el 20% manifiesta algún tipo de participación, a través de la asistencia a las juntas de acción comunal.

La participación política suele ser precaria tanto para hombres como para mujeres del MC. Según Zamara (2015), el patrón organizativo de los MC está pensado como un escenario de tipo vertical: es decir, la organización se da de arriba hacia abajo. De esta manera, se decide todo lo relacionado con la participación en los mercados y se coordinan aspectos relacionados con la oferta de alimentos, a saber: número de participantes, número de puntos de venta, municipios externos que van a participar, entre otros. Ante este escenario la participación se dificulta, teniendo en cuenta que existe poca organización que permita vincular las iniciativas tanto de campesinos como de consumidores a la estrategia.

En cuanto a aspectos como: la cooperación, la solidaridad, el apoyo mutuo y el intercambio de saberes, se identificó que existen relaciones positivas generadas desde el MC por parte de los consumidores y de los campesinos. Los consumidores presentan una gran confianza por los alimentos que adquieren en el MC y les otorgan mayor valor, con respecto a los adquiridos en otros mercados. Esto se da porque el MC permite que exista una comunicación directa, lo cual permite conocer al sujeto que está detrás de la producción y es posible establecer la procedencia del alimento consumido. Incluso, se reporta que pueden llegar a formarse relaciones de amistad dada la cercanía y el proceso continuo de conocimiento del uno al otro. Que el MC se realice en la plaza principal del pueblo, también beneficia estas relaciones.

Las amistades establecidas entre los campesinos del mercado, también han generado procesos de colaboración y ayuda mutua. Los MC además de ser concebidos como un espacio de intercambio de alimentos, para algunos campesinos también implican el intercambio de palabras y de saberes. MC es también un escenario de convergencia cultural y campesina, en donde se intercambian

alimentos, se hacen descuentos los unos a los otros, se promueven clientes comunes, se fortalece una economía solidaria (Mujer Joven Campesina, comunicación personal, 6 de agosto de 2018).

En general, el principio de la paz social y el control democrático está parcialmente implementado por los actores del MC. Tanto consumidores como campesinos convergen en un espacio que les permite fortalecer redes de apoyo y generar relaciones de ayuda mutua, confianza y compañerismo, lo cual se ve reflejado en la decisión de compra del consumidor, prefiriendo los alimentos que encuentran en este mercado y a través del intercambio de palabras y saberes entre campesinos. Es precisamente a través de este principio, que el MC deja de ser visto desde el enfoque netamente comercial y empieza a ser valorado por las relaciones que se generan, que también permiten el intercambio cultural y artístico.

Sin embargo, el actor institucional suele no estar involucrado en esta perspectiva, pues para él, el MC suele ser una rueda de negocio o un espacio netamente de compra y venta de alimentos. Los consumidores y campesinos no tienen participación real en la toma de decisiones de política pública. Siendo la incidencia política uno de los pilares fundamentales en la creación de los MC de la región central, paradójicamente este elemento no se ha vinculado, lo cual se relaciona con la carencia de organización de los actores, que presentan limitaciones para acceder a los pocos espacios que existen en el municipio.

#### 4. Conclusiones

La implementación de la SoA en el MC de Sibaté es aún precaria, a pesar de que fue uno de los elementos cruciales en el nacimiento de estos mercados en el Distrito Capital y en la región central del país. Esto puede estar permeado por la falta de conocimiento de sus actores en torno a la misma, lo que se relaciona con el enfoque comercial y productivista que se le otorga a los MC desde la institucionalidad, que posiblemente

impiden vislumbrar a los MC como una estrategia de reivindicación de sus participantes.

Los MC deben empezar a ser entendidos como un espacio potencial para la construcción de la SoA. Los MC no solamente funcionan como un espacio de comercialización de alimentos, pues estos deben: promover la recuperación de la cultura alimentaria, el acceso a recursos productivos y la asistencia técnica acoplada a los saberes locales, la diversidad de alimentos, la recuperación de las semillas ancestrales, la participación real y la incidencia política, entre otros. Solamente a través de la modificación del entendimiento de los MC, será posible iniciar un cambio de la estrategia, que permita un abordaje holístico de la SoA.

Los principios de la SoA que han sido parcialmente puestos en práctica por los actores del MC, son la reorganización del comercio de alimentos y la paz social. El MC es una ventana comercial primordial para los campesinos que les ha permitido acceder a otros mercados, aunque con dificultades evidentes como el alto costo de los transportes y la intermediación. A pesar de esto, el campesino es un actor resiliente que desde la calidad de los alimentos ofertados a los consumidores y desde las relaciones de amistad generadas con estos últimos, ha logrado mantenerse, intercambiando no solo alimentos, sino también tradiciones artísticas y culturales.

La estrategia de MC ha presentado 2 pilares fundamentales desde su creación, uno de ellos es la participación y la incidencia de sus actores en la formulación e implementación de las políticas públicas. En este sentido, la SoA como uno de sus elementos principales, ha promovido la reivindicación campesina y de los grupos vulnerables. Bajo este marco, es necesario generar estrategias que permitan al campesino dedicado a la agricultura familiar y a los consumidores del MC, acceder a espacios que les permitan tomar decisiones activas en pro de la consecución de sus derechos. Es necesario que tanto campesinos como consumidores, se organicen para establecer una serie

de estrategias que les permitan alcanzar la SoA en este escenario.

## Agradecimientos

Este artículo es resultado de la tesis de Maestría: Principios de la Soberanía Alimentaria puestos en práctica por los actores de mercados campesinos, para la construcción de Seguridad Alimentaria y Nutricional: Caso Sibaté (Cundinamarca), elaborada por la primera autora bajo la dirección del segundo, y presentada en la Universidad Nacional de Colombia, Sede Bogotá.

## Referencias

Acosta-Leal, D. A. (2014). *Fijación de precios en mercados campesinos de Bogotá. Caso hortalizas frescas de Fómez y Chipaque (Cundinamarca)* (Tesis de maestría). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Aistara, G. (2013). Food sovereignty: Reconnecting food, nature, and community. *The Journal of Peasant Studies*, 40 (1), 314-318.

Almeida-Filho, N., & Scholz, V. (2008). *Soberanía alimentaria y seguridad alimentaria: ¿conceptos complementarios?* doi: <https://doi.org/10.22004/ag.econ.109996>

Beuchelt, T. D., & Virchow, D. (2012). Food sovereignty or the human right to adequate food: Which concept serves better as international development policy for global hunger and poverty reduction? *Agriculture and Human Values*, 29 (2), 259-273. doi: <https://doi.org/10.1007/s10460-012-9355-0>

Boyer, J. (2010). Food security, food sovereignty, and local challenges for transnational agrarian movements: The Honduras case. *The Journal of Peasant Studies*, 37 (2), 319-351. doi: <https://doi.org/10.1080/03066151003594997>

Ceccon, E. (2008). La revolución verde: Tragedia en dos actos. *Ciencias*, 91, 20-29.

Chaparro, A. (2019). Toward generating sustainability indicators for agroecological markets. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 43 (1), 40-66. doi: <https://doi.org/10.1080/21683565.2019.1566192>

Chaparro-Africano, A., & Calle-Collado, Á. (2017). Peasant economy sustainability in peasant markets, Colombia. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 41 (2), 204-225. doi: <https://doi.org/10.1080/21683565.2016.1266069>

El Tiempo (2000). *Mercasueño Campesino*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1307741>

Estrada, M. V., Madrid-Malo, E., & Gil, L. M. (2000). *La participación está en juego*. Bogotá, Colombia: Fundación Antonio Restrepo Barco.

Fonseca, Z., Heredia, A., Ocampo, P., Forero, Y., Sarmiento, O., Alvarez, M., & Estrada, A. (2011). *Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia (ENSIN 2010)*. Bogotá: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

Holt-Giménez, E. (Ed.). (2013). *¡Movimientos Alimentarios Uníos!: Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios*. Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos.

Juarez, L. (2013). El hambre en los espacios de la cultura. Visiones indígenas Maya Ch'orti. *Antropología Iberoamericana*, 8 (2), 209-232.

La Vía Campesina. (1996). *Soberanía Alimentaria: Un futuro sin hambre*. Roma, Italia. Recuperado de: <https://nyeleni.org/spip.Php>

López-Posada, J. C., & Pachón-Ariza, F. A. (2017). Identificación de ventajas y desventajas de



los canales de comercialización en las economías campesinas de dos municipios de Meta y Cundinamarca, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8 (1), 35-47. doi: 10.19053/20278306.v8.n1.2017.7369

McMichael, P. (2014). Historicizing food sovereignty. *Journal of Peasant Studies*, 41 (6), 933-957. doi: <https://doi.org/10.1080/03066150.2013.876999>

Nyeléni, D. de. (2007). Declaración de Nyéléni. Foro Mundial por la Soberanía Alimentaria Nyéléni, Selingue, Malí, 23 al 27 de febrero de 2007. *OSAL*, 7 (21), 279-283.

Ordóñez, F., & Montoya, G. (2011). Economía campesina, soberanía y seguridad alimentarias. La experiencia de Mercados Campesinos en Bogotá y la región central de Colombia.

Pachón, F. (2013). Food sovereignty and rural development: Beyond food security. *Agronomía Colombiana*, 31 (3), 362-377.

Pachón, F., Bokelmann, W., & Ramírez, C. (2016). Rural development thinking, moving from the green revolution to food sovereignty. *Agronomía Colombiana*, 34 (2), 267-276. doi: <https://doi.org/10.15446/agron.colomb.v34n2.56639>

Parrado, A., & Molina, P. (2014). *Mercados campesinos: Modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia*.

Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Patel, R. (2009). Food sovereignty. *The Journal of Peasant Studies*, 36 (3), 663-706. doi: <https://doi.org/10.1080/03066150903143079>

Ploeg, J. D. van der. (2013). *Peasants and the art of farming: A Chayanovian manifesto*. Fernwood. Recuperado de: <https://edepot.wur.nl/424204>

Programa Mundial de Alimentos, PMA. (2009). *El hambre y los mercados: Serie de Informes sobre el Hambre en el Mundo 2009*. Taylor & Francis.

Rodríguez-Casallas, G. M. (2018). *Los sistemas alimentarios de intercambios alternativos, un modelo para ejercer la soberanía alimentaria y la seguridad alimentaria y nutricional* (Tesis de Maestría). Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (1998). *Metodología de la investigación*, 6. México: McGraw Hill.

Yin, R. (1994). Investigación sobre estudio de casos. Diseño y métodos. *Applied social research methods series*, 5(2).

Zamara, R. (2015). Participación de las mujeres en los Mercados Campesinos. *El caso de Paipa y Chocontá en la región central de Colombia*. Universidad Nacional de Colombia.