

Fortalecimiento de la Innovación Social para Abordar Desafíos Locales

Municipio de Dabeiba Antioquia

Dirección Territorial
Antioquia

Estrategia de Asistencia
Técnica Territorial 2024

**Dirección de Fortalecimiento
y Apoyo a la Gestión Estatal.**

Línea temática
Innovación Pública

Asistencia Técnica Territorial
Fortalecimiento de la innovación social para abordar desafíos locales

Jorge Iván Bula Escobar
Director Nacional de la ESAP

Luis Jaime Muñoz Agudelo
Director Territorial ESAP Antioquia

Laura Melisa Arroyave Flórez
Líder Territorial Asistencia Técnica Dirección Territorial Antioquia

Rubiel de Jesús Zuleta Carmona
Profesional Especializado Dirección Territorial Antioquia

Jhaivlenne Gutiérrez Figueroa
Profesional Universitario Dirección Territorial Antioquia

Medellín, Antioquia
Julio de 2024

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. Fortalecimiento de la Innovación Social para Abordar Desafíos Locales	6
2. OBJETIVO GENERAL.....	7
2.1 Objetivos Específicos:	7
2.2 Objetivos específicos respecto de la experiencia de Mercados Campesinos de Medellín .	8
3. MARCO METODOLÓGICO	9
4. HALLAZGOS DE LA ENCUESTA A CAMPESINOS PARTICIPANTES.....	10
4.1. Educación y capacitación	10
4.2. Dificultades en la participación	12
4.3. Origen	13
4.4. Tecnología	14
4.5. Frecuencia y diversificación	15
4.6. Acompañamiento y apoyo	16
4.7. Comercialización externa	17
5. HALLAZGOS DE LA ENTREVISTA A LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE DABEIBA 17	
5.1. Infraestructura y servicios básicos	17
5.2. Servicios básicos	18
5.3. Apoyo institucional en promoción y capacitación	18
5.4. Satisfacción y selección	19
5.5. Desafíos para la comercialización	19
5.6. Prácticas ambientales y sostenibilidad	19
5.7. Seguridad y experiencia del cliente	20
5.8. Actividades y eventos adicionales	20
5.9. Red de apoyo para la comercialización de productos agrícolas	20
5.10. Transformación durante la época de cosecha	21
5.11. Bases de datos y registro de productividad	21
6. EXPERIENCIA EXITOSA DEL MERCADO CAMPESINO DE MEDELLÍN	21
6. ARTICULACIÓN DE MERCADOS CAMPESINOS CON EL PLAN DE DESARROLLO.....	25
7. LIMITACIONES	32
7.1. Recursos financieros limitados.....	32
7.2. Capacidad institucional.....	32
7.3. Participación y apoyo de la comunidad	33
7.4. Contexto externo	34
7.5. Sostenibilidad a largo plazo	34

7.6.	Capacidades técnicas y tecnológicas	35
7.7.	Desafíos logísticos y de infraestructura	36
7.8.	Desde otras experiencias	36
8.	RESULTADOS	37
8.1.	Capacitación y formación	37
8.2.	Infraestructura y servicios básicos	38
8.3.	Desafíos en la sostenibilidad y comercialización	38
8.4.	Expansión del mercado y diversificación	39
8.5.	Apoyo institucional y voluntad política	40
8.6.	Experiencias y prácticas recomendadas	41
9.	MATRIZ DE RESULTADOS SEGÚN ÁREA DE ENFOQUE	43
9.1.	Matriz de enfoques, actores y responsabilidades	46
10.	INTERVENCIÓN SEGÚN RESULTADOS	47
11.	RECOMENDACIONES	52
11.1.	Implementación de recomendaciones	57
	REFERENCIAS	64

LISTADO DE TABLAS

Figura 1	11
Figura 2	12
Figura 3	13
Figura 4	14
Figura 5	15
Figura 6	16
Figura 7	17

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1 Resultados encuesta sobre educación y capacitación MCD	11
Figura 2 Resultados encuesta sobre dificultades para participar en MCD	12
Figura 3 Resultados encuesta sobre origen de productos en MCD	13
Figura 4 Resultados encuesta sobre herramientas digitales	14
Figura 5 Resultados encuesta sobre frecuencia de MCD	15
Figura 6 Resultados encuesta sobre acompañamiento a los productores	16
Figura 7 Resultados encuesta sobre "Hecho en Dabeiba"	17
Figura 8 Fotografías Mercado Campesino, Artesanal y Feria Empresarial	25
Figura 9 Mapa de actores MCD	51

1. INTRODUCCIÓN

La administración de Dabeiba, en concordancia con su Plan de Desarrollo "Primero Dabeiba 2024-2027", se enfoca en fortalecer el Mercado Campesino para garantizar su puesta en marcha, ejecución y continuidad de manera oportuna, transparente y eficaz, desde la interacción social y económica en la comunidad. Esta iniciativa no solo fomenta la economía local y el acceso a productos frescos y transformados, sino que también mejora la calidad de vida de sus habitantes. Por lo cual la ESAP desarrolla el presente documento bajo la asistencia denominada "Fortalecimiento de la Innovación Social para Abordar Desafíos Locales". Lo anterior en ejecución de la estrategia de Asistencia Técnica Territorial liderada por la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP),

Dentro del mencionado plan, se identificaron 18 líneas de acción específicas que apuntan a consolidar el Mercado Campesino, abarcando aspectos como la capacitación, mejora de infraestructura, promoción y mercadeo, sostenibilidad ambiental, y acceso a financiación, entre otros. Estas acciones pretenden crear un entorno favorable para que el Mercado Campesino desde la innovación social sea un motor de desarrollo socioeconómico para la región.

El enfoque actual de la Asistencia Técnica Territorial, bajo la línea de Innovación se centra en profundizar en el desarrollo del Mercado Campesino, promoviendo los productos locales del campo para crear oportunidades económicas sostenibles y asegurar una participación inclusiva de la comunidad en este tipo de espacios y la diversificación de estos últimos. Este esfuerzo es parte de una estrategia más amplia para consolidar un entorno de desarrollo integral en Dabeiba, que beneficie a todos los habitantes y refuerce el bienestar y el progreso de su comunidad campesina.

Con este documento se pretende fortalecer el Mercado de Dabeiba, tomando como elementos la inclusión económica, el desarrollo sostenible y la cohesión social. Se busca entregar una herramienta que potencie la calidad de vida de los habitantes, el fomento al crecimiento económico equitativo y protección del medio ambiente. Se abordan también retos del municipio para revitalizar y favorecer la producción agropecuaria. Partir de identificar las necesidades rurales, las deficiencias administrativas y logísticas del mercado actual, con la propuesta de acciones, estrategias y alianzas que fortalecen la innovación social como valor público, mejora las capacidades productivas, contribuyendo al desarrollo económico sostenible para los campesinos productores y la comunidad en general.

Aquí encontramos además que el valor social del Mercado Campesino de Dabeiba se refleja en cohesión social, la inclusión y la sostenibilidad ambiental. Al integrar a los pequeños productores, se crean oportunidades equitativas, fomentando la participación de mujeres y jóvenes. Este mercado no solo facilita el intercambio económico, sino que también sirve como un espacio de colaboración y encuentro, fortaleciendo los lazos comunitarios. Además, se promueven prácticas agrícolas hacia la diversificación y la sostenibilidad, contribuyendo a progreso y al cuidado del medio ambiente. Estas acciones mejoran la calidad de vida para toda la comunidad de Dabeiba.

Los objetivos específicos que se plantean están diseñados para generar un impacto en el valor social y público para el Mercado Campesino de Dabeiba, ya que se implementan desde un enfoque participativo, para fortalecer la cohesión social, al empoderar a los productores

campesinos locales y permitirles el desarrollo de habilidades y conocimientos de manera tal que su productividad para la venta y consumo mejoren desde varios aspectos. A su vez, al crear un entorno colaborativo y equitativo estas acciones incrementan el desarrollo comunitario, porque se trata de recibir y compartir conocimientos y mejorar las prácticas para contribuir al crecimiento económico y social de toda la región.

Además, la implementación de tecnologías y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles garantizan un uso eficiente de los recursos naturales, lo que contribuye a la protección del medioambiente y a la resiliencia económica de las comunidades campesinas. Esto también asegura la sostenibilidad a largo plazo del mercado, con un impacto positivo en la calidad de vida de los habitantes. Finalmente, la relación con otros actores clave fortalece las redes de colaboración entre productores y consumidores, lo que facilita la innovación social y el intercambio de conocimientos, fomentando un entorno propicio para el desarrollo y la cooperación multisectorial.

1.1. Fortalecimiento de la Innovación Social para Abordar Desafíos Locales

Con este documento se pretende abordar los retos que afronta el municipio de Dabeiba, Antioquia, y su esfuerzo para revitalizar, fomentar y fortalecer los mercados campesinos como una estrategia para potenciar la producción agropecuaria en el territorio. A pesar de que la actual administración cuenta con el Plan de Desarrollo Municipal "Primero Dabeiba 2024-2027", se perciben dificultades que pueden afectar la asignación de recursos para poder ejecutar programas que beneficien a la población campesina. Por lo anterior, esta pieza documental señala necesidades de la población rural, identifica deficiencias administrativas y logísticas del mercado actual, y por tanto expone acciones, estrategias y alianzas para fortalecer la innovación social, y con ello mejorar las capacidades productivas que contribuyan al desarrollo económico sostenible para los productores agropecuarios y la comunidad.

Desde la innovación social, la fortaleza desde los mercados campesinos radica en su capacidad para abordar de manera efectiva los desafíos locales que enfrentan estas comunidades, especialmente en contextos de vulnerabilidad o marginalidad. Se presentan a continuación algunas razones clave por las que la innovación social es crucial en este contexto:

- ✓ **Participación:** Los mercados campesinos son espacios donde las comunidades locales tienen una mayor participación. Desde la innovación social se aprovecha este involucramiento para desarrollar soluciones que se ajusten a las necesidades reales de la comunidad, con ideas relevantes, sostenibles y culturalmente apropiadas.
- ✓ **Adaptabilidad:** La innovación social permite a las comunidades campesinas adaptarse a los cambios y desafíos locales de manera ágil y flexible. Las soluciones innovadoras pueden ser ajustadas según las condiciones específicas de cada comunidad, permitiendo una respuesta más efectiva a problemas como la falta de acceso a mercados, la pobreza rural o la degradación ambiental.
- ✓ **Recursos locales:** Los mercados campesinos son ricos en recursos locales, tanto humanos como naturales. La innovación social busca aprovechar estos recursos de manera sostenible y equitativa junto a la promoción hacia desarrollo económico local y la conservación del medio ambiente; mediante el uso de tecnologías apropiadas y prácticas

agrícolas sostenibles se puede mejorar la productividad agrícola sin dañar los recursos naturales.

- ✓ **Inclusión y equidad:** Desde este aspecto la meta es mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables y marginadas. En el contexto de los mercados campesinos significa promover la inclusión económica y social de los pequeños productores y fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres rurales.
- ✓ **Redes y colaboraciones:** El mercado campesino se gesta como un lugar donde se establecen vínculos sociales y económicos entre diferentes actores, como productores, consumidores, organizaciones de la sociedad civil, empresa privada academia y autoridades locales. La innovación social fomenta la colaboración y el trabajo en red entre estos actores, permitiendo la creación de alianzas estratégicas para abordar desafíos comunes y aprovechar oportunidades de desarrollo.

Así entonces, tenemos que en el marco de la estrategia de Asistencia Técnica Territorial desarrollada por la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP) se prioriza el acompañamiento en la línea temática de innovación social en los mercados campesinos del municipio de Dabeiba, Antioquia. A partir de los resultados de diagnóstico y caracterización territorial se evidencia la necesidad de desarrollar acciones concretas que promuevan la inclusión económica y social de los pequeños productores y artesanos, así como el fortalecimiento de los mercados campesinos como espacios clave para la dinamización económica local.

Por lo tanto, surge la necesidad de documentar procesos de gestión que impulsen la colaboración entre diferentes actores, como productores, consumidores, autoridades locales y otros relevantes. Estas acciones tienen como objetivo principal fomentar la creación de nuevas oportunidades de comercialización y promoción para los productos campesinos, así como el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo económico de la comunidad.

Se trata entonces de apoyar al municipio de Dabeiba hacia la innovación social en los mercados campesinos como medio para mejorar la dinámica económica y el bienestar de la población, tanto en áreas rurales como urbanas. Se busca que estas acciones se traduzcan en una atención eficiente que satisfaga las necesidades integrales de la comunidad de Dabeiba, potenciando así el desarrollo sostenible y la inclusión social en la región.

2. OBJETIVO GENERAL

Promover el desarrollo sostenible y la mejora de las condiciones de vida en las comunidades campesinas a través de la innovación social en los mercados campesinos.

2.1 Objetivos Específicos:

1. Facilitar la co-creación y adopción de soluciones innovadoras que promuevan la inclusión económica y social de los agricultores en los mercados campesinos a través de la implementación de metodologías participativas y talleres de co-diseño que incluyan componentes de educación y capacitación en innovación social, generando así un impacto positivo en la cohesión social y el desarrollo comunitario.

2. Fomentar la sostenibilidad ambiental y el uso eficiente de los recursos naturales en los mercados campesinos mediante la promoción de prácticas agrícolas sostenibles, la implementación de tecnologías apropiadas la gestión adecuada de residuos, contribuyendo a la protección del medioambiente y a la resiliencia económica de las comunidades rurales.
3. Fortalecer las redes de colaboración entre diferentes actores como productores, consumidores, organizaciones de la sociedad civil y autoridades locales para impulsar la innovación social en los mercados campesinos y promover el intercambio de conocimientos y buenas prácticas, creando un entorno propicio para el desarrollo integral y la cooperación multisectorial

El valor social de los objetivos propuestos reside en la capacidad de transformación de las comunidades campesinas, promoviendo el conocimiento, la inclusión social y económica, desde la participación equitativa de todos y cada uno de los agricultores en los mercados campesinos. Además de lo anterior, se fomenta la sostenibilidad ambiental a través de prácticas responsables, lo que asegura la preservación del entorno natural y mejora la calidad de vida. Por último, el fortalecimiento de las redes de colaboración entre productores, inversores, academia, consumidores y autoridades crea un marco propicio para la innovación social, la cooperación multisectorial y el intercambio de conocimientos, y contribuye al desarrollo integral y sostenible de la comunidad en general.

2.2 Objetivos específicos respecto de la experiencia de Mercados Campesinos de Medellín

Los Mercados Campesinos de Medellín han diseñado métodos de participación que permiten involucrar a los productores en el desarrollo de las estrategias comerciales. Estos métodos incluyen factores como la educación y capacitación en innovación social, lo que ha entregado cohesión social y desarrollo comunitario.

La sostenibilidad es un componente crucial en los Mercados Campesinos de Medellín, ya que la adopción de tecnologías apropiadas y prácticas agropecuarias sostenibles, con una gestión adecuada de residuos, contribuye a la protección del medio ambiente y la sostenibilidad económica.

Es importante el ejemplo articulado entre entidades públicas y privadas de los Mercados Campesinos de Medellín como eje fundamental, ya que las alianzas garantizan contactos comerciales y generan ventas estables para los productores agropecuarios, lo que amplía el alcance del mercado y las estrategias y colaboraciones multisectoriales.

Los Mercados Campesinos de Medellín como experiencia exitosa proporcionan un modelo valioso que puede ser ajustado y adaptado al contexto específico de Dabeiba. Al implementar las estrategias probadas, permite desde la experiencia promover la colaboración multisectorial, la inclusión económica y social, la sostenibilidad ambiental y genera un impacto positivo en la comunidad no solo campesina, sino toda la población de Dabeiba

3. MARCO METODOLÓGICO

La metodología empleada en el marco metodológico desde un enfoque mixto para la creación de valor social combina métodos cualitativos y cuantitativos, ya que lo que se pretende no solo es recopilar datos precisos, sino también capturar las percepciones, momentos y necesidades de los diferentes actores que tienen incidencia en el mercado campesino. Este enfoque permite una comprensión profunda de la realidad frente a esta estrategia, permitiendo que las soluciones propuestas sean equitativas e inclusivas. Esto significa que no solo nos basaremos en números y estadísticas, sino que también daremos voz a los miembros de la comunidad a través de entrevistas, encuestas y grupos focales.

A continuación se describirá el enfoque y la técnica utilizada para la recolección y posterior análisis de la información alrededor de los Mercados Campesinos en el municipio de Dabeiba, obteniéndose una diversidad de datos que proporcionaron una visión global de cómo se operan y se llevan a cabo estos mercados, para la generación de valor público; con la implementación de un enfoque mixto que mezcla elementos cualitativos y cuantitativos se pretende no solo cuantificar datos, sino también la captura de perspectivas y experiencias cualitativas de los participantes, avalando así que las soluciones propuestas sean relevantes, inclusivas y sostenibles.

El enfoque metodológico ayuda en la identificación de áreas críticas del funcionamiento del Mercado Campesino, ya que los datos y experiencias directas proporcionan una visión integral de las prácticas actuales. La aplicación mixta para la recolección de información favorecerá a la formulación de estrategias para señalar la capacidad organizativa y operativa del Mercado Campesino y por tanto contribuirá a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. El enfoque metodológico no solo abordará elementos para identificar las deficiencias actuales, sino que también permitirá que posteriormente esta guía lleve hacia la innovación social, la confianza pública y el desarrollo sostenible del mercado.

Por todo lo anterior, el diseño de la recolección de datos se estructuró para obtener la comprensión del Mercado Campesino del municipio de Dabeiba, centrándose en la innovación social, de la siguiente manera:

✓ Enfoque

Se optó por un enfoque mixto que combinó elementos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión completa del mercado y sus dinámicas. Esto permitió no solo cuantificar datos, sino también capturar perspectivas y experiencias cualitativas de los participantes.

✓ Metodología

Encuestas: Se diseñó un cuestionario estructurado para aplicar a productores campesinos. Las preguntas abordaron temas como necesidades, desafíos, percepciones sobre la calidad de los productos y sugerencias de mejora.

Revisión documental: Se realizó una revisión de documentos como el Plan de Desarrollo y Acuerdo municipal; adicionalmente, se analizaron otros documentos relevantes y relacionados con el mercado campesino para comprender el marco

legal y las políticas existentes, como por ejemplo los de Mercados Campesinos de Medellín.

Acercamiento directo: Se llevaron a cabo acercamientos con la comunidad campesina y las autoridades municipales para obtener información cualitativa adicional y perspectivas enriquecedoras, además de revisar en campo el funcionamiento de Mercados Campesinos de Medellín

✓ **Recolección de información**

Como se anotó anteriormente se aplicaron encuestas tanto en el mercado campesino como con la Administración municipal para asegurar una muestra representativa y diversa.

Se accedió a documentos oficiales a través de fuentes institucionales y en línea para recopilar información relevante sobre regulaciones y políticas.

Se establecieron contactos con líderes comunitarios y funcionarios municipales para organizar entrevistas y reuniones que permitieran obtener información de primera mano.

Mediante lo anterior, se logró recopilar una gama de datos que proporcionaron una visión holística del Mercado Campesino, desde las percepciones y necesidades de los participantes hasta el marco normativo que lo regula. Este enfoque multidimensional sentó las bases para identificar oportunidades de innovación social y desarrollar estrategias efectivas para fortalecer el mercado y mejorar la calidad de vida de la comunidad campesina.

Así mismo, al evaluar otro modelo de mercados campesinos, como lo es el del distrito de Medellín, se recopilan datos y experiencias positivas para ser adaptados al contexto del municipio de Dabeiba, facilitando el ejercicio para promover la inclusión económica y social, la sostenibilidad ambiental y la colaboración multisectorial, siempre teniendo en cuenta las particularidades sociales, políticas y ambientales del municipio.

4. HALLAZGOS DE LA ENCUESTA A CAMPESINOS PARTICIPANTES

Los resultados de la encuesta del mercado campesino en Dabeiba revelan una comunidad agrícola comprometida con su desarrollo y con un claro deseo de mejorar sus condiciones de vida y trabajo. La participación casi equitativa entre hombres y mujeres muestra una distribución de género equilibrada. Sin embargo, hay áreas clave que requieren atención y apoyo específico:

4.1. Educación y capacitación

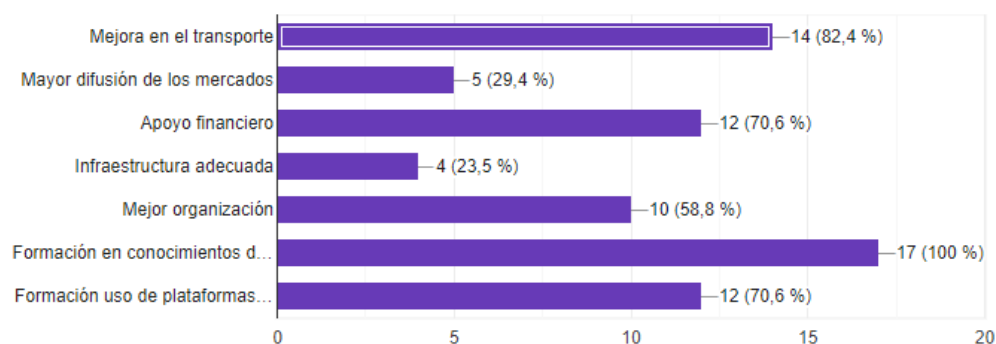
Aunque existe una mayoría que posee educación secundaria completa y técnica, existe una necesidad urgente de formación adicional en mercadeo, productividad agrícola, gestión financiera y tecnológica tal y como se observa en la gráfica, en la cual el 17% de los encuestados manifiesta la necesidad de capacitación. Existe una necesidad crítica de

formación en mercadeo y productividad agrícola. Programas educativos y talleres pueden ser fundamentales.

Figura 1

Resultados encuesta sobre educación y capacitación MCD

¿Qué considera debe mejorar la administración con respecto a los productores y el Mercado Campesino?



Fuente: elaboración propia.

4.2. Dificultades en la participación

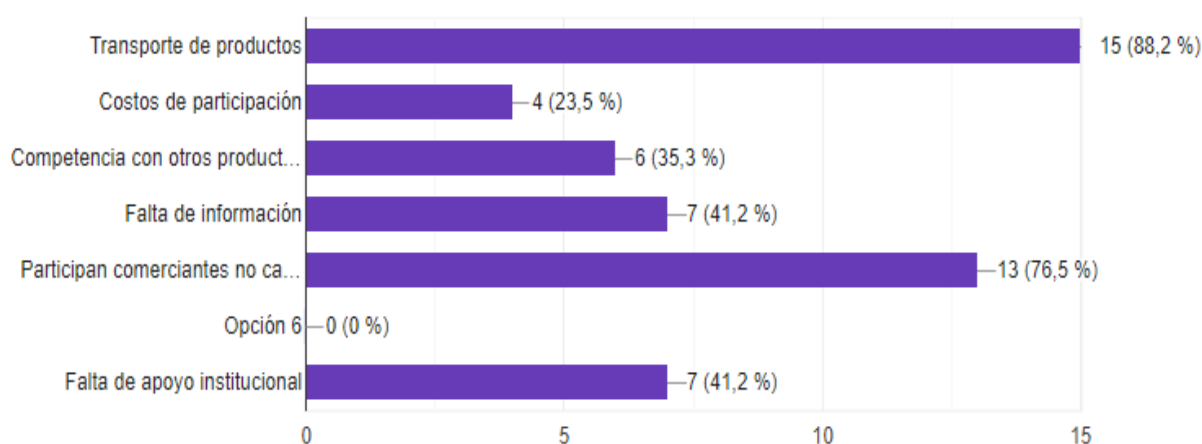
Los mayores obstáculos identificados, como se ve en la gráfica, son el transporte de productos y la competencia con comerciantes no campesinos. Esto subraya la necesidad de mejorar la infraestructura de transporte y regular la participación en los mercados para proteger a los productores locales.

Figura 2

Resultados de la encuesta sobre dificultades para participar en MCD

¿Qué dificultades encuentra al participar en los Mercados Campesinos? (puede seleccionar varias opciones)

17 respuestas



Fuente: elaboración propia.

4.3. Origen

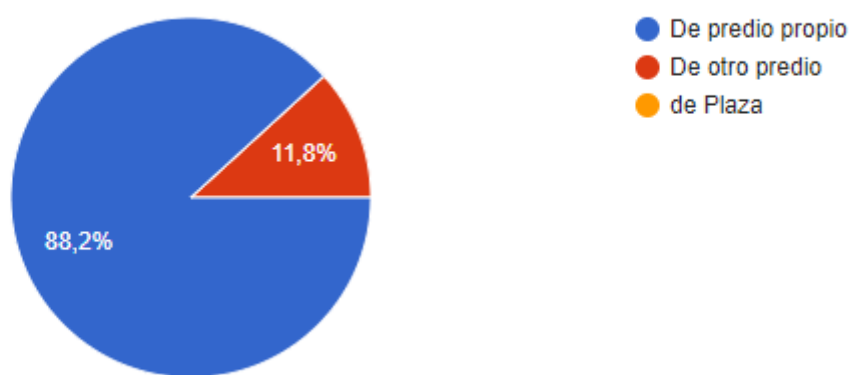
La mayoría de los productos provienen de predios propios y son productos directamente del cultivo, lo que indica una producción genuina y controlada por los mismos campesinos. Sin embargo, hay margen negativo para diversificar más hacia productos transformados, lo cual podría aumentar el valor agregado.

Figura 3

Resultados encuesta sobre origen de productos en MCD

¿Los productos que comercializa en el Mercado Campesino son?

17 respuestas



Fuente: elaboración propia.

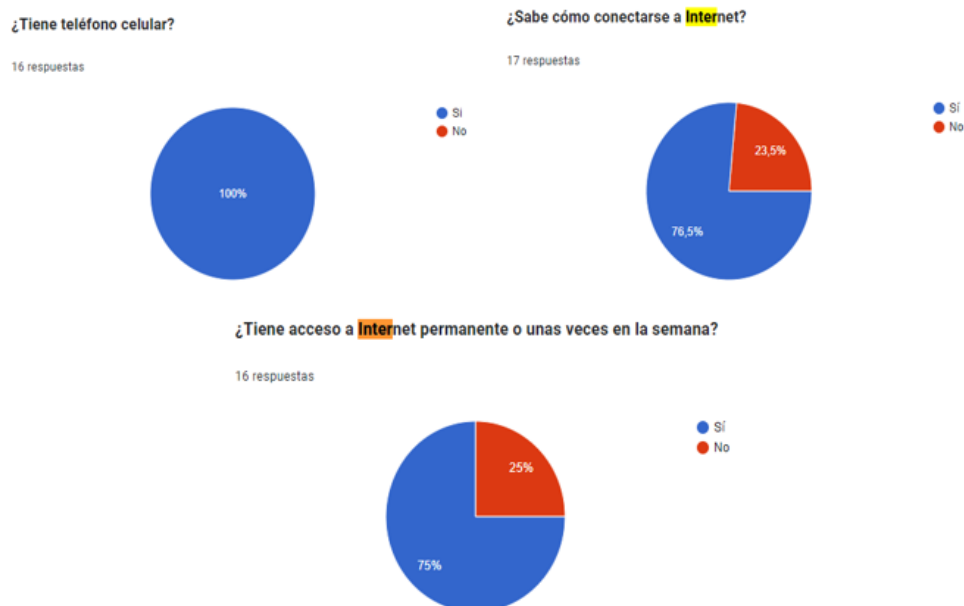
4.4. Tecnología

Se tiene que todos los participantes tienen acceso a teléfonos celulares, la mayoría carece de habilidades para conectarse a Internet, y no se tiene acceso constante a esta. Esto resalta la necesidad de programas de alfabetización digital y mejoras, comprensión y uso en la infraestructura tecnológica.

Figura 4

Resultados de la encuesta sobre herramientas digitales

¿Con qué herramientas digitales cuenta?



Fuente: elaboración propia.

4.5. Frecuencia y diversificación

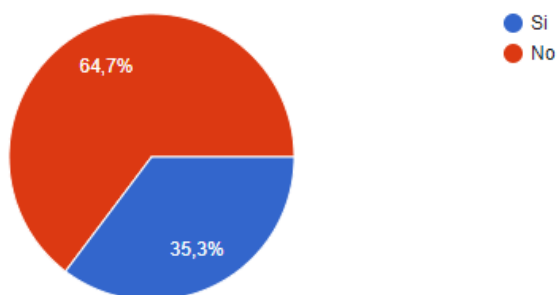
Los campesinos participantes consideran que el mercado podría realizarse más de una vez al mes en otros mercados o en los corregimientos, y están abiertos a la idea de diversificar las ubicaciones del mercado para alcanzar nuevos usuarios. Esto podría aumentar significativamente las oportunidades de venta y exposición de los productos campesinos.

Figura 5

Resultados de la encuesta sobre frecuencia de MCD

¿Considera que una vez al mes sería suficiente para sacar los productos a vender en el Mercado Campesino?

17 respuestas



Fuente: elaboración propia.

4.6. Acompañamiento y apoyo

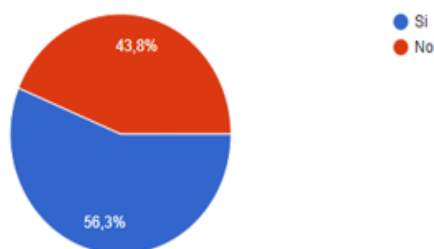
Aunque una parte importante de los participantes recibe acompañamiento de la Secretaría de Agricultura, el 43% no lo hace. Además, la mayoría no ha recibido apoyo de centros de formación técnica o universitaria; se resalta la presencia de SENA como única entidad de apoyo. Se podrían aumentar estos apoyos con otras Instituciones de educación superior con experiencia agropecuaria y entidades públicas o privadas para apoyo financiero, lo que podría ser crucial para el desarrollo sostenible de la comunidad campesina.

Figura 6

Resultados de la encuesta sobre acompañamiento a los productores

¿Ha recibido acompañamiento por parte de la administración?

16 respuestas



¿Ha recibido acompañamiento por parte del SENA u otras entidades?



Fuente: elaboración propia.

4.7. Comercialización externa

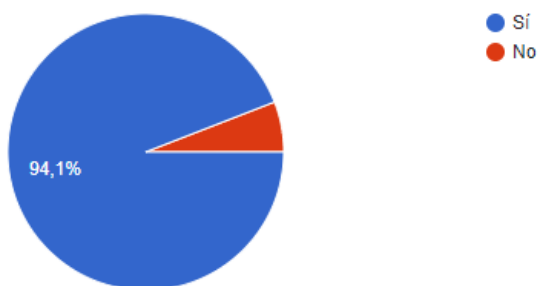
Existe un predominante deseo que Dabeiba se destaque por sus productos tradicionales fuera del municipio (café y cacao) y se puedan comercializar productos representativos del campo con un distintivo de calidad, lo cual puede ser un paso importante hacia la construcción de una marca reconocida.

Figura 7

Resultados de la encuesta sobre "Hecho en Dabeiba"

¿Le gustaría que los productos representativos del campo se comercializaran por fuera del municipio de Dabeiba, con un distintivo de "Hecho en Dabeiba"

17 respuestas



Fuente: elaboración propia

5. HALLAZGOS DE LA ENTREVISTA A LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE DABEIBA

El funcionamiento y operatividad de un mercado campesino son cruciales para promover la economía local y garantizar el acceso a productos frescos y de calidad para los consumidores. En la actualidad la dirección del mercado campesino enfrenta una serie de desafíos que pueden obstaculizar su funcionamiento óptimo. Estos desafíos abarcan desde deficiencias en la infraestructura y los servicios básicos hasta problemas en la comercialización, la sostenibilidad y la satisfacción de la población campesina participante. En este contexto, es fundamental identificar y abordar estos problemas para transformar el mercado campesino en un motor de desarrollo local y un espacio próspero para el municipio de Dabeiba.

5.1. Infraestructura y servicios básicos

La ubicación del mercado campesino facilita el acceso peatonal, lo cual es beneficioso para el desplazamiento de los visitantes caminando. Sin embargo, para el estacionamiento de vehículos presenta dificultades, ya que estos lugares se ubican alrededor del parque principal, lo que puede desmotivar a potenciales compradores o visitantes que deseen llegar en vehículo, reduciendo así el número de visitantes. Las instalaciones actuales del mercado campesino no son adecuadas en cuanto a áreas de

descanso para los vendedores, quienes no tienen un lugar adecuado para relajarse durante las jornadas que dura el mercado, que es generalmente de todo un día.

- ✓ Valor público: La mejoría en la infraestructura y servicios básicos incrementará la comodidad y satisfacción de campesinos productores, compradores y visitantes. Esto proporcionará una mayor afluencia de visitantes, ya que es una manera positiva de para promover la economía local y mejorar la calidad de vida de los participantes
- ✓ Impacto social: facilitar el acceso y mejora de las condiciones. Se posibilita el incremento de la afluencia de compradores y visitantes, y contribuye a la permanencia de vendedores, fortaleciendo la cohesión social, estabilidad y dinamismo económico.

5.2. Servicios básicos

Los campesinos participantes del mercado enfrentan una falta de acceso a servicios básicos como electricidad, internet y agua, lo que puede dificultar la higiene y el aprovechamiento de las herramientas digitales que a futuro les permitan promocionar sus productos y gestionar sus ventas.

- ✓ Valor público: Facilitar el acceso a servicios básicos contribuirá a que los campesinos mantengan prácticas higiénicas adecuadas, además del uso de herramientas digitales para mejorar la comercialización y gestión de sus productos, lo que contribuye al incremento de la competitividad y eficiencia.
- ✓ Impacto social: Mejorar el acceso a servicios básicos a de internet, electricidad y agua, aumenta el bienestar, comodidad, competitividad y eficiencia de los campesinos, para la comercialización de sus productos.

5.3. Apoyo institucional en promoción y capacitación

La falta de apoyo institucional en términos de promoción y capacitación para los vendedores del mercado campesino podría no atraer los suficientes compradores, generalmente foráneos; además, la calidad del servicio se puede ver afectada por la ausencia de capacitación en atención al cliente y presentación de productos, lo que agravaría negativamente la experiencia de los compradores.

- ✓ Valor público: El apoyo institucional y la capacitación proporcionarán habilidades a los campesinos que participan con sus productos en el mercado, con estrategias de atención al cliente y presentación de productos, lo que contribuye a la atracción de más compradores y mejora de la experiencia de compra, con lo que se fortalece la economía local y la cohesión social.
- ✓ Impacto social: Atracción de más compradores y visitantes que mejorará la experiencia de compra y fortalecerá la economía y la cohesión social.

5.4. Satisfacción y selección

Existe una insatisfacción en los campesinos que participan del mercado respecto al espacio asignado por la Administración municipal, lo que afecta a futuro su participación con sus productos. Además, se percibe la falta de un proceso de selección que garantice la variedad de ofertas de productos y evite su replicación en productos como por ejemplo la panela, los plátanos y la yuca.

- ✓ Valor público: La implementación de un proceso de selección hacia la variedad de productos, y la mejora en la asignación de espacios incrementará la diversidad de productos, comodidad y la satisfacción de los campesinos vendedores, lo que fortalecerá la participación y la oferta del mercado, beneficiando a toda la comunidad.
- ✓ Impacto social: Se fortalece la participación y la oferta del mercado, beneficiando a toda la comunidad en general.

5.5. Desafíos para la comercialización

Administrativamente el mercado campesino carece de registros estadísticos sobre producción y ventas; no existen tarifas estandarizadas para los productos. Sin estos registros es difícil analizar y mejorar las operaciones del mercado. Se observa también la ausencia de alianzas estratégicas con la empresa privada, supermercados que pueden ayudar a fortalecer la comercialización de los productos agrícolas.

La falta de fomentar y preparar al campesino para la oferta de opciones de pago por ejemplo a través de Nequi o plataformas bancarias de fácil manejo presenta un inconveniente para el cliente que prefiera este tipo de pago por la compra.

- ✓ Valor público: El desarrollo e implementación de registros y bases estadísticas, la estandarización de tarifas y el establecimiento de alianzas estratégicas mejoran la transparencia y eficiencia del mercado.
- ✓ La promoción de opciones de pago digitales través del uso de celular facilitará las transacciones, atrayendo a más clientes y aumentando las ventas.
- ✓ Impacto social: El desarrollo, creación e implementación de registros y alianzas estratégicas y uso de la tecnología e internet mejorarán la transparencia y eficiencia del mercado, atrayendo a más clientes y aumentando las ventas.

5.6. Prácticas ambientales y sostenibilidad

No se promueven prácticas sostenibles para los campesinos ni procesos de educación ambiental a través de talleres y capacitaciones en sostenibilidad, como tampoco medidas para reducir desperdicios, lo que es ilógico en este tipo de población, quien debería ser el principal público para impactar con este tipo de formación.

- ✓ Valor público: Incentivar prácticas sostenibles y ofrecer educación ambiental fortalecen la capacidad de los campesinos productores para gestionar sus recursos de manera eficiente, lo que contribuye a la sostenibilidad ambiental y económica del mercado.

- ✓ Impacto social: Se contribuye a la sostenibilidad ambiental y económica del mercado y se beneficia la comunidad a largo plazo.

5.7. Seguridad y experiencia del cliente

Faltan medidas de seguridad adecuadas, como acompañamiento de mínimo una unidad de policía que dé tranquilidad sobre el recaudo manual por las ventas de los campesinos participantes, quienes de lo contrario pueden quedar expuestos a pérdidas no solo económicas, sino también de sus productos.

- ✓ Valor Público: No hay sistema para recibir sugerencias de los compradores sobre su experiencia y que permita retroalimentación para mejorar o afianzar el proceso de comercialización del mercado campesino.

5.8. Actividades y eventos adicionales

El mercado campesino ofrece actividades adicionales como música en vivo, pero la falta de un valor agregado, como talleres en sitio para compradores y vendedores en relación al mercado campesino, dificulta la mejora de la experiencia del cliente comprador o del visitante.

- ✓ Valor público: Ofrecer talleres en sitio enriquece la experiencia del mercado, promueve el aprendizaje y la interacción entre compradores y vendedores y se fortalece la comunidad para la fidelización de clientes.
- ✓ Impacto social: Se fortalece la comunidad en general y se fomenta la fidelización de clientes, creando un ambiente más atractivo participativo e incluyente.

5.9. Red de apoyo para la comercialización de productos agrícolas

La falta de una red de apoyo entre los mismos campesinos dificulta la comercialización de diversos productos, ya que la ausencia de cooperación no permite reconocer y satisfacer necesidades que el otro tenga para mostrar el producto o ayudar a conocer y diversificar. Sin canales establecidos es difícil para los agricultores expandir su mercado.

- ✓ Valor público: Implementar una red de apoyo facilita la cooperación y el intercambio de conocimiento y recursos. Se fortalecen la capacidad colectiva para comercializar productos y la solidaridad para enfrentar desafíos comunes, mejorando la sostenibilidad económica y la calidad de vida.
- ✓ Impacto social: Se contribuye a la unión comunitaria y colectiva para adquirir conocimiento y comercializar productos, se fortalece la solidaridad para enfrentar desafíos comunes, se mejoran la sostenibilidad económica y la calidad de vida.

5.10. Transformación durante la época de cosecha

La falta de capacitación para entregar opciones mediante la transformación de los productos agrícolas contribuye a la saturación del mercado con los mismos productos básicos, lo que puede llevar a reducir el potencial de ganancias.

- ✓ Valor público: Ofertar espacios de capacitación para la transformación de productos agrícolas diversifica la oferta, aumenta el valor agregado de los productos y potencia las oportunidades de ganancias para los campesinos que participan del mercado.
- ✓ Impacto social: Se fortalece el valor agregado de los productos y se potencian las oportunidades económicas para los campesinos productores, beneficiando a la economía local.

5.11. Bases de datos y registro de productividad

La falta de sistemas de registro y seguimiento adecuados generados desde otras administraciones dificulta la evaluación de la productividad de los agricultores y la planificación estratégica de la oferta. Sin una infraestructura para monitorear y gestionar la información, se pierden oportunidades para mejorar la eficiencia y la rentabilidad en la producción agrícola.

- ✓ Valor público: Establecer y contar con sistemas de registro para el seguimiento y evaluación permite una planificación estratégica más eficiente, optimizando la organización, productividad y rentabilidad para los agricultores.

6. EXPERIENCIA EXITOSA DEL MERCADO CAMPESINO DE MEDELLÍN

La experiencia Mercados Campesinos en la ciudad de Medellín proporciona varios hallazgos y prácticas que pueden aportar al desarrollo y ejecución en el mercado campesino en Dabeiba, a saber:

- ✓ Sostenibilidad y continuidad: Se da continuidad del programa a través de diversas administraciones municipales. Esto asegura que el mercado campesino no dependa de cambios políticos y pueda mantenerse como una política pública estable a largo plazo.
- ✓ Diversificación y estrategias de comercialización: Los Mercados Campesinos de Medellín utilizan múltiples estrategias, como parques, vitrinas, canal institucional y tienda móvil. Esta diversificación permite alcanzar a diferentes segmentos de la población y facilita el acceso de los productores rurales al mercado.
- ✓ Articulación: La participación de entidades públicas y privadas en la compra directa a los productores rurales es clave. Esto garantiza ventas estables para los productores agrícolas y puede ampliar el alcance del mercado a través de eventos especiales y alianzas.

- ✓ Apoyo integral: Cuenta con la comercialización desde diferentes frentes resulta importante proporcionar apoyo integral a los productores rurales. Esto incluye capacitación en empresarismo rural, asistencia técnica y acompañamiento en el desarrollo de sus unidades productivas. Este apoyo fortalece las habilidades técnicas y comerciales de los productores, mejorando su productividad y sostenibilidad.
- ✓ Requisitos: Establecer requisitos claros para los productores interesados en participar en el mercado campesino ayuda a garantizar que los beneficios del programa lleguen a quienes realmente lo necesitan y están comprometidos con el proceso.
- ✓ Organización y logística: La estructuración organizada y logística son fundamentales para el éxito del mercado campesino. Esto asegura que los productos lleguen frescos y en buen estado a los consumidores, mejorando la experiencia de compra y fortaleciendo la confianza en el programa.
- ✓ Adopción de principios y prácticas de los Mercados Campesinos de Medellín, ayudando a mejorar la calidad de vida de los productores rurales y fortaleciendo la economía local mediante la valorización de la producción agrícola local.

Cada una de las estrategias mencionadas de Mercados Campesinos Medellín ha impactado positivamente en los productores rurales, aumentando sus ingresos mensuales e impactando en su economía de forma que puedan crecer potencialmente; con ello existe un fortalecimiento integral en sus capacidades técnicas y productivas.

- ✓ La implementación de Mercados en parques permite que los clientes puedan acercarse a un mercado cerca de su ubicación y a los productores les permite tener una estabilidad, y con ello desarrollar su estrategia de venta fidelizando clientes.
- ✓ La vitrina que se realiza mensualmente y los eventos en la plazoleta de la Alpujarra permiten tener un espacio de visibilidad de los productores, este es en gran medida un espacio para dar a conocer el funcionamiento de los Mercados Campesinos en la zona central de la ciudad y dar a conocer el programa.
- ✓ La tienda móvil lleva consigo productores que tienen altos estándares de calidad en su producción, siendo en su mayoría orgánica; esto impacta fuertemente en los sectores donde se ubica, que son zonas residenciales de los “sectores de lujo” de la ciudad de Medellín, por lo que los precios de estos productos tienden a subir considerablemente.
- ✓ El canal institucional permite la articulación de las entidades públicas o empresas privadas con los productores rurales, buscando beneficiar al productor y garantizando que se está apoyando el comercio local con la conexión de dichos actores.

Todas las estrategias están diseñadas para eliminar la figura de la intermediación entre el productor y el consumidor final, para que así los productores rurales puedan recibir el mayor

beneficio en la venta de sus productos. Por ello se considera importante revisar el funcionamiento del Programa “Mercados Campesinos Medellín” y tener un acercamiento con el fin de identificar cuáles estrategias pueden funcionar adaptándose al contexto del municipio de Dabeiba, ya que, si bien la población campesina es igual, las condiciones sociales, políticas, ambientales, entre otras, son diferentes.

Los modelos no pueden simplemente copiarse y usarse; hay que tener presente que existen dinámicas territoriales completamente diferentes. Se requiere identificar cuáles estrategias pueden utilizarse y revisar su incursión en el Mercado Campesino de Dabeiba, evaluando la adaptabilidad y concordancia con las dinámicas económicas actuales en el municipio.

Las estrategias que puedan implantarse deben buscar:

- ✓ El desarrollo integral del productor rural (fortalecer sus capacidades técnicas y humanas)
- ✓ Mejorar los ingresos per cápita de la población rural
- ✓ Crear una red de apoyo desde la Administración para los productores rurales
- ✓ Incentivar la producción agropecuaria en el municipio
- ✓ Generar estándares en la producción local
- ✓ Reconocimiento de la calidad de productos del municipio (posicionamiento de marca)
- ✓ En otras que se articulen con el mejoramiento de la calidad de vida y bienestar de la población campesina del municipio.

Tabla 1

Plan de Implementación por Estrategia

Estrategia	Acciones	Recursos Necesarios	Plazo de Implementación	Indicadores de Éxito
Desarrollo Integral del Productor Rural	- Capacitación técnica - Programas de desarrollo personal	- Alianzas con universidades y SENA - Instructores - Materiales didácticos - Espacios de formación	- Corto plazo: 6 meses (alianzas) - Mediano plazo: 8 meses (programa de talleres y mentoría) - Largo plazo: 1 año (evaluación continua)	- Número de talleres - Participación - Mejoras en productividad
Mejorar los Ingresos Per Cápita	- Facilitar acceso a mercados - Programas de microcrédito - Diversificación de productos	- Convenios con entidades financieras - Infraestructura de mercados mejorada	- Corto plazo: 1 año (Microcréditos) - Mediano plazo: 2 año (nuevos mercados) - Largo plazo:	- Incremento en ingresos - Productores beneficiados - Diversificación de productos

		- Alianzas con sector privado	3 años (evaluación de ingresos)	
Crear una red de apoyo Institucional	- Red de apoyo agrícola - Plataforma digital - Alianzas con sector privado, comerciantes y universidades	- Campesinos, sector privado, comerciantes y universidades - Personal especializado - Desarrollo de la plataforma	- Corto plazo: 6 meses (red de apoyo) - Mediano plazo: 1 año (plataforma digital) - Largo plazo: 2 años (consolidación de alianzas)	- Uso del Red de apoyo - Colaboraciones establecidas - Efectividad de la plataforma
Incentivar la producción agropecuaria	- Subsidios y apoyos - Promoción de tecnologías agrícolas - Diversificación y sostenibilidad - Investigación y desarrollo	- Fondos para subsidios - Equipos agrícolas - Alianzas de universidades y SENA y sector privado	- Corto plazo: 1 año (Subsidios) - Mediano plazo: 2 años (Tecnologías, diversificación y sostenibilidad) - Largo plazo: 2 años (Resultados de I+D)	- Aumento en producción - Adopción de tecnologías y practicas agroambientales - Resultados de investigación
Generar estándares en la producción local	- Normativas de calidad - Capacitación en estándares - Certificación de productos	- Especialistas en calidad - Materiales de capacitación - Alianzas con universidades y SENA	- Corto plazo: 6 meses Normativas - Mediano plazo: 6 meses Capacitación - Largo plazo: 1 año (Certificación)	- Productos certificados - Cumplimiento de estándares - Satisfacción de consumidores
Reconocimiento de la calidad de productos	- Campañas de marketing - Participación en ferias - Alianzas estratégicas	- Fondos para marketing - Materiales promocionales - Alianzas con sector privado	- Corto plazo: 6 meses (Campañas) - Mediano plazo: 6 meses (Ferias) - Largo plazo: 1 año (Alianzas estratégicas)	- Reconocimiento de marca - Aumento en ventas - Participación en ferias

Mejorar la calidad de vida y bienestar	- Educación continua -Infraestructura	-Alianzas con universidades y SENA -Fondos para infraestructura	- Corto plazo: 6 meses (Programas de capacitación) Mediano plazo: 8 meses (Educación continua) - Largo plazo: 1 año Infraestructura Corto plazo: Inmediato: Mediano plazo: 1 año inicio de mejoras - Largo plazo: Permanente	- Participación en educación -Mejor infraestructura - Mejora en condiciones de vida
--	--	--	--	---

Figura 8

Fotografías Mercado Campesino, Artesanal y Feria Empresarial



Fuente: Fotografías tomadas por Rubiel Zuleta.

6. ARTICULACIÓN DE MERCADOS CAMPESINOS CON EL PLAN DE DESARROLLO

La articulación de los mercados campesinos con el Plan de Desarrollo Municipal de Dabeiba busca integrar estrategias para mejorar la economía local y la sostenibilidad ambiental, al promover la inclusión productiva de los pequeños productores rurales, para la comercialización de sus productos y mejorar sus condiciones socioeconómicas. Desde esta perspectiva se encuentra que el plan de desarrollo proporciona elementos para el acceso a financiamiento, asistencia técnica, capacitación, educación y comercialización externa de productos tradicionales. Además, se fortalece la asociatividad entre los productores, el fomento a la colaboración institucional y el apoyo a proyectos productivos, todo ello junto a la promoción de

métodos eficientes y ecológicos con miras a hacia un desarrollo rural sostenible. Desde este enfoque integral no solo se contribuye a mejorar los ingresos de los productores campesinos, sino al conocimiento y potenciación de las capacidades para un desarrollo rural sostenible, con fines de prosperidad económica y social en el largo plazo.

A continuación, veremos que respecto del plan de desarrollo se identificaron 17 líneas como apoyo estratégico para llevar a cabo la innovación social de mercados campesinos, compiladas e identificadas en una matriz de elaboración propia. Esta matriz es un instrumento para la planificación estratégica que detalla diversas líneas estratégicas, con productos específicos asociados a cada línea, e indicadores de producto para medir el cumplimiento y metas establecidas para el cuatrienio, y que se interpreta de la siguiente manera.

- ✓ **Línea Estratégica:** en esta categoría se describe la estrategia principal que se busca alcanzar. En este caso, se mencionan diversas líneas estratégicas como: Inclusión productiva de pequeños productores rurales, servicios financieros y gestión del riesgo para las actividades agropecuarias y rurales, sanidad agropecuaria e inocuidad agroalimentaria, ciencia, tecnología e innovación agropecuaria, e infraestructura productiva y comercialización.
- ✓ **Producto:** En esta categoría se detalla el servicio específico o producto que se oferta como parte de cada línea estratégica. Por ejemplo, servicio de apoyo financiero para proyectos productivos, servicio de asistencia técnica agropecuaria dirigida a pequeños productores, servicio de educación informal en Buenas Prácticas Agrícolas y producción sostenible, entre otros.
- ✓ **Indicador de Producto:** Se detalla la manera cómo se va a medir el cumplimiento del producto o servicio ofertado en el plan. Cada indicador está definido con claridad para mayor comprensión y lectura, como número de proyectos cofinanciados, número de pequeños productores rurales asistidos técnicamente, número de personas capacitadas, etc.
- ✓ **Hallazgo que se satisface:** Corresponde a la descripción del problema o necesidad específica que justifica la existencia y la implementación de cada producto o servicio.

Esta matriz permite una visión clara y estructurada de las actividades planificadas para cada línea estratégica, proporcionando una base para monitorear el progreso hacia los objetivos establecidos durante el período determinado.

Tabla 2
Línea estratégica inclusión productiva de pequeños productores rurales

Línea Estratégica	Producto	Indicador de Producto	Hallazgo que satisface	Métrica de Medición
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de apoyo financiero para proyectos productivos	Proyectos productivos cofinanciados	Acompañamiento y apoyo: Aumentar apoyos con otras instituciones de educación superior y entidades públicas para apoyo financiero	- Número de proyectos cofinanciados - Incremento en los ingresos de los productores - Número de instituciones involucradas
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de asistencia técnica agropecuaria dirigida a pequeños productores	Pequeños productores rurales asistidos técnicamente	Educación y capacitación: Necesidad de formación adicional en productividad agrícola y gestión financiera.	Número de productores asistidos - Incremento en la productividad - Mejora en la gestión financiera
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de asesoría para el fortalecimiento o de la asociatividad	Asociaciones fortalecidas	Acompañamiento y apoyo: Incrementar el apoyo para fortalecer la asociatividad entre los productores	Número de asociaciones fortalecidas - Incremento en la cooperación entre productores - Satisfacción de los productores
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de apoyo para el acceso a maquinaria y equipos	Productores beneficiados con acceso a maquinaria y equipo	Tecnología: Necesidad de mejorar las habilidades tecnológicas y el acceso a Internet para los participantes	- Número de productores beneficiados - Incremento en la eficiencia productiva - Acceso a Internet en áreas rurales
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicios de acompañamiento en la implementación de Planes de desarrollo agropecuario y rural	Planes de Desarrollo Agropecuario y Rural acompañados	Acompañamiento y Apoyo: Necesidad de mayor acompañamiento en la implementación de planes de desarrollo agropecuario y rural	- Número de planes acompañados - Mejora en la implementación de planes - Satisfacción de los agricultores

Línea Estratégica	Producto	Indicador de Producto	Hallazgo que satisface	Métrica de Medición
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de apoyo en la formulación y estructuración de proyectos	Proyectos estructurados	Acompañamiento y apoyo: Necesidad de apoyo en la formulación y estructuración de proyectos para el desarrollo sostenible	- Número de proyectos estructurados - Incremento en la sostenibilidad de proyectos - Mejora en la gestión de proyectos
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Alevinos	Alevinos producidos	Comercialización externa: Deseo de destacar productos tradicionales y promover su comercialización fuera del municipio	- Número de alevinos producidos - Incremento en la comercialización externa - Reconocimiento de productos tradicionales
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicios de apoyo al fomento de la pesca y la acuicultura	Asociaciones u organizaciones apoyadas	Comercialización externa: Promover la pesca y la acuicultura como actividades económicas viables para los productores.	- Número de asociaciones apoyadas - Incremento en la producción pesquera y acuícola - Mejora en la comercialización externa
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de educación informal en Buenas Prácticas Agrícolas y producción sostenible	Personas capacitadas	Educación y capacitación: Necesidad de formación en prácticas agrícolas sostenibles y buenas prácticas agrícolas.	- Número de personas capacitadas - Incremento en la adopción de prácticas sostenibles - Mejora en la productividad agrícola
Inclusión productiva de pequeños productores rurales	Servicio de fomento a la asociatividad	Productores beneficiados con estrategias de fomento a la asociatividad	Acompañamiento y apoyo: Fomentar la asociatividad entre los productores como una estrategia para fortalecer su posición en el mercado	- Número de productores beneficiados - Incremento en la cooperación - Mejora en la posición de mercado de los productores

Fuente: elaboración propia – Información tomada del Plan de Desarrollo Municipal “Primero Dabeiba 2024-2027”.

Tabla 3

Línea estratégica de servicios financieros y gestión del riesgo para las actividades agropecuarias y rurales

Línea Estratégica	Producto	Indicador de Producto	Hallazgo que satisface	Métrica de Medición
Servicios financieros y gestión del riesgo para las actividades agropecuarias y rurales	Servicio de divulgación	Divulgación de información sobre servicios financieros y gestión del riesgo	Dificultades en la participación: Necesidad de mejorar la promoción y divulgación de los servicios financieros y herramientas de gestión del riesgo para los agricultores	Número de campañas de divulgación - Nivel de conocimiento de los agricultores sobre servicios financieros y gestión del riesgo - Participación en los servicios financieros
Servicios financieros y gestión del riesgo para las actividades agropecuarias y rurales	Servicio de apoyo a la implementación de mecanismos y herramientas para el conocimiento, reducción y manejo de riesgos agropecuarios	Implementación de mecanismos y herramientas para la gestión del riesgo	Tecnología: Necesidad de mejorar las habilidades tecnológicas y el acceso a Internet para los participantes	- Número de mecanismos implementados - Reducción de riesgos agropecuarios - Mejora en habilidades tecnológicas de los agricultores

Fuente: elaboración propia – Información tomada del Plan de Desarrollo Municipal “Primero Dabeiba 2024-2027”

Tabla 4

Línea estratégica sanidad agropecuaria e inocuidad agroalimentaria

Línea Estratégica	Producto	Indicador de Producto	Hallazgo que satisface	Métrica de Medición
Sanidad agropecuaria e inocuidad agroalimentaria	Servicio de registro a productores y predios agropecuarios	Productores y predios agropecuarios registrados	Bases de datos y registro de productividad: Necesidad de establecer un sistema de registro para los productores y predios agropecuarios	- Número de productores y predios registrados - Mejora en la gestión de datos de productividad - Uso efectivo del sistema de registro

Línea Estratégica	Producto	Indicador de Producto	Hallazgo que satisface	Métrica de Medición
Sanidad agropecuaria e inocuidad agroalimentaria	Servicio de apoyo para la certificación de predios agropecuarios	Predios agropecuarios certificados	Servicios básicos: Necesidad de proporcionar servicios básicos como el acceso a electricidad e internet para los productores	- Número de predios certificados - Acceso a servicios básicos - Mejora en la productividad de los predios

Fuente: elaboración propia – Información tomada del Plan de Desarrollo Municipal “Primero Dabeiba 2024-2027”.

Tabla 5

Línea estratégica ciencia, tecnología e innovación agropecuaria

Línea Estratégica	Producto	Indicador de Producto	Hallazgo que satisface	Métrica de Medición
Ciencia, tecnología e innovación agropecuaria	Servicio de apoyo técnico para el uso eficiente de recursos naturales	Uso eficiente de recursos naturales mediante apoyo técnico	Tecnología: Necesidad de mejorar las habilidades tecnológicas y proporcionar apoyo técnico para el uso eficiente de recursos naturales por parte de los participantes	- Número de agricultores apoyados - Eficiencia en el uso de recursos naturales - Mejora en habilidades tecnológicas de los participantes

Fuente: elaboración propia – Información tomada del Plan de Desarrollo Municipal “Primero Dabeiba 2024-2027”.

Tabla 6

Línea estratégica infraestructura productiva y comercialización

Línea Estratégica	Producto	Indicador de producto	Hallazgo que satisface	Métrica de medición
Infraestructura productiva y comercialización	Servicio de educación informal para la administración, operación y conservación de los distritos	Usuarios educados en la administración y conservación de distritos de	Servicios básicos: Necesidad de proporcionar educación informal para mejorar la administración y conservación de los distritos de	-Número de usuarios educados -Mejora en la administración de tierras - Conservación de distritos de

Línea Estratégica	Producto	Indicador de producto	Hallazgo que satisface	Métrica de medición
	de adecuación de tierras	adecuación de tierras	adecuación de tierras	adecuación de tierras
Infraestructura productiva y comercialización	Servicio de apoyo a la adecuación de tierras	Adecuación de tierras mejorada	Infraestructura y servicios básicos: Mejora en la adecuación de tierras como parte del servicio de apoyo a la infraestructura productiva y comercialización	- Número de tierras adecuadas - Mejora en la infraestructura productiva - Incremento en la productividad agrícola

Fuente: elaboración propia – Información tomada del Plan de Desarrollo Municipal “Primero Dabeiba 2024-2027”.

La articulación de los mercados campesinos con el Plan de Desarrollo Municipal permite que las estrategias de innovación social se encuentren además en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)ⁱ, que como innovación social promueven un crecimiento económico equitativo para la mejora de las condiciones de vida, no solo de población sino de toda la comunidad. Al equiparar la estrategia de los mercados con en el plan municipal, se fomenta la producción y comercialización local de alimentos, lo que como valor social contribuye no solo a un beneficio local, sino también a la seguridad alimentaria y la erradicación del hambre, contempladas en el objetivo 2 del desarrollo sostenible (ODS 2)ⁱⁱ. Además, con la articulación puesta en marcha y apoyo constante al mercado campesino desde la correcta implementación del plan de desarrollo y la asignación eficiente de los recursos, junto a las alianzas propuestas, se generan ingresos estables para los pequeños productores, ayudando a reducir la pobreza (ODS 1)ⁱⁱⁱ y promoviendo el desarrollo económico inclusivo en áreas rurales.

La articulación con el Plan de Desarrollo promueve también la sostenibilidad ambiental y la resiliencia comunitaria, apoyado desde las prácticas agrícolas sostenibles que protegen los ecosistemas (ODS 15)^{iv}. Es importante la estrategia de capacitación continua a los productores campesinos, proporcionándoles conocimientos para la productividad y el uso y aprovechamiento de herramientas tecnológicas para mejorar sus técnicas agrícolas y de comercialización, lo que garantiza la sostenibilidad a largo plazo. El uso de aplicaciones móviles para la gestión y comercialización de los cultivos, y las plataformas en línea para la venta de productos facilitan el acceso a mercados más amplios y promueven la competitividad, llevándolos a la constante mejora que con compromiso contribuye al progreso. Los mercados campesinos, integrados en el plan municipal, facilitan también el acceso a productos frescos y saludables, lo que contribuye a la salud y el bienestar de la población (ODS 3)^v.

Así entonces, desde este enfoque se fortalece el tejido social y se fomenta la cohesión comunitaria, desde un entorno favorable para el desarrollo sostenible y la innovación social alineado con los objetivos de desarrollo a largo plazo del municipio.

Desde el valor social, la articulación del mercado campesino con el Plan de Desarrollo Municipal “Primero Dabeiba 2024-2027” pretende mejorar la calidad de vida de no solo de las comunidades

agropecuarias, sino también de los pequeños productores rurales y las. Esta implementación se logrará por medio de estrategias como acceso al conocimiento, la asesoría para el fortalecimiento de la asociatividad, servicios de asistencia técnica agropecuaria, y apoyo financiero para proyectos productivos. Estos esfuerzos contribuyen a incrementar la productividad y competitividad, generando ingresos sostenibles y mejorando la seguridad económica de las familias rurales. Esto no solo potencia la eficiencia y sostenibilidad de las prácticas agrícolas, sino que además mejora la comercialización de productos tradicionales y con registro de marca fuera del municipio, creando nuevas oportunidades de mercado.

7. LIMITACIONES

Al revisar el extenso documento sobre el desarrollo del mercado campesino en Dabeiba y su plan estratégico, se pueden identificar algunas posibles limitaciones:

7.1. Recursos financieros limitados

Aunque se proponen diversas acciones y programas para mejorar el mercado campesino, puede que la disponibilidad de recursos financieros sea limitada para implementar todas las iniciativas propuestas; desde esta perspectiva encontramos lo siguiente:

- ✓ Programas de capacitación y diversificación: La poca capacidad de recursos financieros puede limitar la oferta continua de programas de capacitación para los productores agrícolas en cuanto a la mejora en sus cultivos, su comercialización y diversificación.
- ✓ Mejora de la infraestructura: La falta oportuna de inversión en infraestructura podría impedir la adecuación de la malla vial y el espacio donde se establece el mercado campesino. Esto puede impedir mayor participación de actores y diversidad de productos.
- ✓ Sostenibilidad ambiental: Si los recursos financieros son pocos, las iniciativas para promover prácticas agrícolas sostenibles y la gestión ambiental pueden no recibir el apoyo necesario, lo que limitaría su impacto.

Para lo anterior se tiene que la facilitación de programas de capacitación a bajo costo, junto al establecimiento de alianzas con instituciones educativas contribuyen a mejorar la oferta educativa para los campesinos productores, permitiéndoles adquirir habilidades, técnicas y prácticas para la diversificación y sostenibilidad. Superar limitantes financieras mediante proyectos de cofinanciación o fondos externos contribuye al valor público al empoderar a los productores y fomentar una economía agrícola más robusta y sostenible.

7.2. Capacidad institucional

La capacidad de las instituciones locales, como la Administración municipal, para implementar y gestionar eficazmente las iniciativas propuestas puede ser limitada. Esto podría deberse a:

- ✓ Personal capacitado: La escasez de personal con la formación y habilidades necesarias sobre conocimiento en estrategias, mercadeo, comercialización, agropecuaria y medio ambiente puede dificultar la implementación y gestión eficaz de los mercados campesinos.
- ✓ Experiencia limitada: La falta de experiencia sobre el conocimiento, manejo y puesta en marcha de los mercados campesinos puede reducir la eficacia y eficiencia de las iniciativas de la administración actual.
- ✓ Sistemas de seguimiento y evaluación: La carencia de implementación de un proceso robusto para el seguimiento y evaluación de los mercados campesinos puede dificultar la medición del impacto y progreso de esta iniciativa a la innovación social, y la identificación de áreas de mejora. Por tal razón, la carencia de datos actualizados y herramientas analíticas dificulta la planificación y la gestión basada en evidencia.
- ✓ Limitaciones para la gestión de financiamiento externo: La administración local puede enfrentar dificultades para acceder a fuentes de financiamiento externo y gestionar los fondos de manera efectiva sin la debida identificación y asignación de recursos seguimiento y medición, como mínimo, para la viabilidad y efectividad de los mercados campesinos.

La capacitación permanente y tecnificación de los funcionarios del municipio, el acompañamiento e implementación de mejores prácticas y la implementación de sistemas de seguimiento y evaluación, además de la capacitación en gestión y proyecto, son esenciales como valor público para superar limitaciones en capacidades institucionales, experiencia, evaluación y financiación. De esta manera fortalecen la gestión de los mercados campesinos, creando valor público mediante una administración más competente, basada en evidencia y con mejor uso de recursos.

7.3. Participación y apoyo de la comunidad

Aunque se menciona la importancia de la participación comunitaria en la co-creación de soluciones, pueden presentarse desafíos para lograr un compromiso significativo de todos los sectores de la comunidad. A continuación, se referencian aquellos que tienen relación con lo expresado

- ✓ Divisiones internas: Diferencias y conflictos dentro de la comunidad pueden dificultar el compromiso colectivo.
- ✓ Autoridades locales: Desconfianza hacia las autoridades por los procesos e identidad política, lo que puede reducir la participación y el apoyo. Algunos sectores de la comunidad pueden no sentirse incluidos o representados en los procesos de co-creación.
- ✓ Desinterés o apatía: Algunos productores campesinos pueden no estar interesados, motivados o comprometidos con los mercados campesinos por la

inoperancia de estos últimos (solo dos se han efectuado para el primer semestre de 2024).

- ✓ Incentivos: Falta de incentivos para que la comunidad campesina se motive e involucre más activamente en este proyecto.

Como valor público, el fomento del diálogo y la mediación, la construcción de confianza mediante la transparencia, la implementación de campañas de concienciación y el desarrollo de incentivos son esenciales para superar divisiones internas, desconfianza hacia la institucionalidad, desinterés y falta de motivación. Estas acciones incrementan la cohesión social, participación y compromiso de la comunidad hacia una verdadera gobernanza en el territorio.

7.4. Contexto externo

Factores externos, como cambios en las políticas gubernamentales, fluctuaciones económicas o desastres naturales, pueden influir en la implementación efectiva del plan estratégico. Estos factores pueden estar fuera del control de las autoridades locales y afectar la viabilidad y el éxito de las iniciativas propuestas. A continuación, se definen algunos de los factores externos más relevantes:

- ✓ Políticas gubernamentales: Cambios o modificaciones en las leyes, normativas y proyectos que pueden afectar las condiciones para la implementación, el desarrollo y la continuidad de los mercados campesinos.
- ✓ Incertidumbres económicas: Fluctuaciones y/o variaciones en la economía, debido a la inflación, y cambios en los precios pueden impactar negativamente la ejecución del mercado campesino.
- ✓ Desastres naturales: Situaciones como derrumbes, inundaciones, sequías, o desastres naturales pueden causar daños a la infraestructura, lo que puede llevar al desvío de los recursos del agro al priorizar las emergencias.

Adecuar, implementar o mejorar estrategias con una planificación flexible, implementar planes de contingencia contra desastres naturales y diversificar fuentes de ingreso para mitigar fluctuaciones económicas son acciones cruciales para superar factores externos que pueden afectar la producción agrícola. Estas acciones aseguran la continuidad de los mercados campesinos, generando valor público mediante una mayor resiliencia, capacidad de adaptación a cambios y situaciones adversas, permitiendo estabilidad económica.

7.5. Sostenibilidad a largo plazo

Aunque se establecen objetivos específicos y acciones a corto y mediano plazo, puede haber desafíos para mantener el impulso y la continuidad de las actividades a lo largo del tiempo:

- ✓ **Compromiso a largo plazo:** La falta de compromiso permanente por parte de las autoridades y la misma comunidad campesina puede llevar a la suspensión o cierre de la estrategia de innovación social en mercados campesinos, afectando los avances que se puedan lograr.
- ✓ **Dependencia:** La dependencia paternalista de financiamiento del Estado central puede comprometer la sostenibilidad de las actividades alrededor de los mercados campesinos, puesto que cualquier reducción o eliminación de fondos puede comprometer la implementación y continuidad del mercado.

El compromiso continuo de autoridades y comunidad, mediante programas de seguimiento y acuerdos de colaboración, junto a la promoción desde la capacitación hacia la autosuficiencia y capacidad de financiamiento, asegura la sostenibilidad de los mercados campesinos. Superar la falta de compromiso, como la posible dependencia financiera, genera valor público, desarrollo sostenido, mayor independencia financiera y estabilidad económica.

7.6. Capacidades técnicas y tecnológicas

La implementación de programas de alfabetización digital y la adopción de tecnologías apropiadas pueden encontrar limitaciones en la falta de acceso a infraestructura tecnológica, resistencia a esta y falta de la capacitación técnica necesaria para aprovechar al máximo estas herramientas.

- ✓ **Tecnológica:** El acceso limitado a una infraestructura tecnológica adecuada, como conexiones a internet, manejo y uso de plataformas, puede restringir la implementación efectiva de programas de alfabetización virtual como herramienta de acceso al conocimiento. La insuficiencia de programas de capacitación en habilidades técnicas básicas para manejar y aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas puede limitar la capacidad de los beneficios para el uso eficiente de la tecnología por parte del campesino productor.
- ✓ **Resistencia:** El cambio podría generar resistencia por parte de algunos campesinos, lo que dificultaría la adopción de nuevas tecnologías, ralentizando la innovación en las actividades del mercado campesino. La implementación de nuevas prácticas y enfoques, especialmente en comunidades con tradiciones arraigadas, puede enfrentar resistencia y requerir un proceso de cambio cultural que lleve tiempo y esfuerzo.

Proporcionar capacitación en habilidades digitales y mejorar el acceso a la infraestructura tecnológica, junto a programas de sensibilización sobre los beneficios de nuevas tecnologías, facilita la implementación de talleres para alfabetización digital y reduce la resistencia al cambio. Superar estas resistencias y limitaciones contribuye al valor público mediante una mayor inclusión, eficiencia y modernización de las acciones del mercado campesino.

7.7. Desafíos logísticos y de infraestructura

- ✓ Mejorar la infraestructura de transporte, acceso a servicios básicos y espacio físico del mercado puede enfrentar desafíos logísticos y financieros significativos, especialmente en áreas rurales donde los recursos pueden ser limitados y las distancias son grandes.

La gestión para el apoyo de financiamiento externo y el fomento de alianzas estratégicas potencia las inversiones necesarias para mejorar servicios básicos y la infraestructura de transporte, mientras que, en lo local, mejorar la planificación logística e implementar soluciones de transporte compartido facilitan la cooperación, solidaridad y participación de las comunidades rurales y locales. Superar estos desafíos contribuye al valor público mediante un acceso más equitativo y eficiente a recursos esenciales, mayor inclusión, apoyo comunitario y oportunidades económicas para los productores campesinos.

Superar las limitaciones reseñadas tiene un impacto multifacético socialmente significativo; se requiere abordar problemas financieros mediante la cofinanciación, proyectos y alianzas que permitan que los productores campesinos tengan acceso a la formación necesaria para mejorar sus prácticas y diversificar sus cultivos. Esto fortalece la economía local, ya que posibilita la creación de empleos, revitaliza el campo y, por ende, aumenta los ingresos de las familias rurales, lo que se traduce en una mejor calidad de vida. De igual manera, la mejora de la infraestructura y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles fortalecen un entorno más favorable y seguro para la producción agrícola, lo que facilita la participación de más población campesina y la posibilidad de diversidad de productos en el mercado.

La empleabilidad de funcionarios con experiencia en el agro, su capacitación y la implementación de sistemas de seguimiento son esenciales para superar las limitaciones institucionales, lo que fomenta una cultura de transparencia y rendición de cuentas, mejorando a su vez la confianza de la comunidad hacia las autoridades locales. El fomento del diálogo, la mediación y la implementación de incentivos para la participación y el intercambio promueven una mayor cohesión social y un compromiso activo de todos los sectores de la comunidad alrededor del mercado campesino y los productores agrícolas. Por último, fomentar la capacidad para enfrentar factores externos, mediante la planificación y la implementación de planes de contingentes, asegura la continuidad y la resiliencia de las iniciativas, con impacto duradero y para la estabilidad económica y la calidad de vida de los productores rurales.

7.8. Desde otras experiencias

La constante interrupción del Mercado Campesino de Dabeiba ha llevado a que no logre posicionarse a nivel local, pierda credibilidad y se evidencien fácilmente sus deficiencias.

La estrategia implementada en el Mercado Campesino de Medellín, espacio mencionado en un numeral anterior del presente documento, es un ejemplo a seguir. Ya que cuenta con importante inversión en infraestructura adecuada, fomento de prácticas sostenibles,

permanente operatividad, capacitación continua en técnicas agrícolas y gestión empresarial, además de la formación y tecnificación de funcionarios municipales que acompañan esta estrategia, todo esto resulta en una experiencia exitosa a tener en cuenta en la búsqueda de una mejora significativa en el municipio de Dabeiba.

Además, en el mercado de Medellín se implementa la planificación flexible ante factores externos y la ejecución de programas para el manejo de plataformas, los cuales han incrementado la cohesión social, la promoción de la participación comunitaria, la resiliencia económica y la modernización de las prácticas agrícolas. Estas estrategias pueden ser adaptadas al contexto del municipio de Dabeiba para superar las limitaciones institucionales y sociales existentes.

8. RESULTADOS

Los resultados aquí expresados revelan varios aspectos sobre el mercado campesino en Dabeiba, en comparación con experiencias exitosas, como es el caso del Mercado Campesino de Medellín, experiencias que evidencian acciones en torno a una mejor implementación de los mercados como estrategia de innovación social, como se verá a continuación:

8.1. Capacitación y formación

El resultado esperado de este ítem es mejorar las habilidades técnicas y comerciales de los campesinos, aumentando así su productividad y sostenibilidad. Las deficiencias evidenciadas requieren mejora desde dos áreas:

- ✓ **Mercadeo y gestión financiera:** La capacitación en mercadeo y gestión financiera resulta esencial para potenciar habilidades comerciales y técnicas de venta en los campesinos agricultores, lo cual les permitirá administrar sus recursos financieros de manera más eficiente, logrando mejorar la comercialización de sus productos.
- ✓ **Tecnología y prácticas sostenibles:** La formación tecnológica para la productividad agrícola, orientada hacia las prácticas sostenibles, contribuye a mejorar la eficiencia y el rendimiento de los cultivos. Lo anterior se podrá facilitar mediante talleres que promuevan la enseñanza de técnicas avanzadas y prácticas ecológicas para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proceso de los cultivos.

En tal sentido, se mejorarían significativamente las habilidades técnicas y comerciales de los campesinos, apuntando hacia la productividad y sostenibilidad al dotarles de conocimiento que les permita una correcta administración financiera y tecnificar su producción, lo cual contribuirá a una mejor planificación de los procesos y con ello a asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

Los resultados pretendidos generarían valor público al tener un impacto positivo en la calidad de vida laboral de los campesinos participantes en este espacio. Desde el valor social, la capacitación en gestión financiera, mercadeo, prácticas sostenibles y tecnología mejorará las habilidades técnicas y comerciales de los

campesinos, lo que facilitará la capacidad de administrar sus recursos y planificar su producción.

8.2. Infraestructura y servicios básicos

En el proceso de diagnóstico desarrollado en territorio se evidenció que el espacio dónde se desarrolla el mercado campesino cuenta con deficiencias en la prestación de servicios como electricidad, internet, agua y buenas instalaciones de descanso, obstáculos significativos tanto para los campesinos agricultores participantes como para los visitantes y compradores. Mejorar estos servicios es crucial para dar una estancia agradable a los actores alrededor del mercado, como veremos:

- ✓ **Conectividad:** Mejorar la capacidad de conectividad de los actores es esencial. Contar con acceso a internet y explorar las bondades del uso de celular potencia el mercado campesino al eliminar barreras de distancia y permitir la implementación de aspectos como ventas, pagos y capacitación en línea.
- ✓ **Equipamiento:** El acceso a agua potable, estancias de descanso en espacios del mercado campesino y estanterías adecuadas para la exhibición de los productos serán cruciales para el bienestar de los agricultores participantes, de compradores y visitantes. Mejorar estas infraestructuras hará los mercados más funcionales y atractivos, incentivando la participación y el comercio.

Las mejoras en infraestructura y servicios básicos generarán valor público al aumentar la eficiencia y sostenibilidad del mercado campesino, mejorando su posicionamiento, al apuntar al bienestar de los campesinos y visitantes.

En cuanto a valor social, se identifica que el acceso a electricidad, internet, agua potable y buenas instalaciones de descanso se convierten en una estrategia que dignificará el ejercicio del agricultor y fortalecerá la gobernanza con estos actores.

8.3. Desafíos en la sostenibilidad y comercialización

Se identificó la carencia de una red de apoyo entre los productores agrícolas, y la necesidad de establecer prácticas comerciales sostenibles. Existen problemáticas como la inadecuada y débil Implementación de sistemas de registro y seguimiento para mejorar la planificación estratégica de este espacio. Lo anterior se aborda de la siguiente manera:

- ✓ **Red de apoyo:** La carencia de una red de apoyo entre los productores agrícolas desencadena la falta de colaboración, intercambio de conocimientos y cooperación en la distribución de recursos y productos. Una red estructurada facilitará la réplica de buenas prácticas agrícolas, con el intercambio de saberes y productos, lo cual aumentará la resiliencia y capacidad de respuesta frente a desafíos económicos y ambientales.
- ✓ **Sistemas de registro:** La ausencia de sistemas de registro para seguimiento y evaluación dificulta la adecuada planificación estratégica, ya que esta herramienta

es crucial para la gestión de la oferta de productos del campo originados en el territorio.

- ✓ Una adecuada implementación de sistemas de registro permitirá a los productores evaluar sus prácticas agrícolas y gestionar la producción, para prever la demanda del mercado y gestionar la oferta mediante la toma de decisiones basadas en datos.

El valor social que se genera es una mayor cohesión y resiliencia comunitaria, ya que el fomento a la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los productores agrícolas, generará mayor capacidad de adaptación, conocimiento e identificación de oportunidades, como también la construcción colectiva de proyectos productivos con beneficios comunes.

Ahora, los sistemas de registro llevarán a una mejor planificación para la gestión de la oferta y el manejo de los productos, esto contribuirá al control de pérdidas por aumento de cosechas, y aumentará la rentabilidad, mejorando la calidad de vida de los agricultores.

8.4. Expansión del mercado y diversificación

Los campesinos agricultores mostraron gran interés en diversificar los mercados y su oferta de productos, lo cual podría aumentar las oportunidades de ventas y exposición. Esto requiere explorar nuevas ubicaciones y estrategias de comercialización que pueden potenciar el mercado campesino como vitrina de venta y negocio desde las siguientes perspectivas:

- ✓ Diversificación: La diversificación de los productos agrícolas es esencial para aumentar las oportunidades de ventas y exposición. La diversificación puede conducir a la transformación de los insumos para llegar a nuevos mercados.
- ✓ Estrategias de Comercialización: Desarrollar y explorar, con el apoyo de la Administración municipal, estrategias de comercialización con entidades públicas y privadas, con la academia y ONG es un paso fundamental para potenciar el conocimiento, las ventas y los negocios.
- ✓ Institucionalizar de manera permanente los mercados como vitrinas de venta: Esto permitirá a los agricultores crear una conexión más cercana y permanente con la venta de los productos, dada la estabilidad y constancia que genera, lo que junto a la implementación de técnicas de marketing efectivas y la búsqueda de aliados estratégicos de otros lugares llevará sus productos insignia, como el café y cacao, a comercializarse por fuera del territorio.

El desarrollo de estrategias de comercialización contribuye a aumentar las oportunidades de ventas para los campesinos agricultores. Institucionalizar los mercados campesinos como vitrinas permanentes de venta y utilizar técnicas de marketing crean una conexión más cercana con los consumidores locales, fortalecen la presencia de los agricultores y su posicionamiento tanto en el territorio como fuera de este, lo que generará valor público, ya que al incrementar

la estabilidad económica y mejorar la oferta y demanda se fomenta la innovación social como aporte al desarrollo del territorio.

El valor social en este aspecto incluye mayor resiliencia, estabilidad y cohesión comunitaria y económica. La diversificación reduce la dependencia de un único producto y, por tanto, se mejoran o potencian las ventas. La colaboración con entidades públicas y privadas fomenta el intercambio de conocimientos, y la institucionalización del mercado fortalece la conexión productor-consumidor, generando ingresos estables y sostenibilidad para los agricultores.

8.5. Apoyo institucional y voluntad política

La débil continuidad y constancia del apoyo local, gubernamental y la escasa participación de entidades públicas y privadas (sector industria, comercio y academia) dificultan el éxito a largo plazo de los mercados campesinos. Establecer alianzas con condiciones claras puede fortalecer la implementación y el impacto del mercado.

Lo anterior teniendo en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Gobierno y estabilidad: Las autoridades locales y gubernamentales son cruciales en el éxito a largo plazo del mercado campesino. Este respaldo debe traducirse en la implementación y ejecución de políticas favorables, así como en el financiamiento y asignación de recursos necesarios para la infraestructura y operación de los mercados. Esto genera compromiso, estabilidad, reconocimiento y continuidad, de manera que su posicionamiento no se vea afectado por la fluctuación política derivada de los cambios de gobierno.

La intervención gubernamental, su compromiso y participación aseguran que los mercados campesinos reciban el soporte necesario para crecer y desarrollarse de manera sostenible, beneficiando tanto a los productores como a la comunidad participante.

- ✓ Entidades públicas y privadas: La participación y colaboración de entidades públicas y privadas, incluyendo el sector comercial y la academia, generan aliados estratégicos fundamentales para fortalecer la implementación, permanencia y proyección de los mercados campesinos. Estos aliados aportan conocimientos técnicos, recursos financieros y redes de contactos para el desarrollo y crecimiento del mercado, mejorando la economía local y las prácticas agrícolas sostenibles.

El apoyo continuo del Estado con la implementación de políticas favorables, acceso a los recursos necesarios y el financiamiento asegura el éxito a largo plazo de los mercados campesinos. La colaboración de entidades públicas y privadas es fundamental para generar valor público mediante la creación de lazos intersectoriales que fortalezcan estos mercados.

La cooperación con el sector comercial y la academia aporta conocimientos técnicos y redes de contactos, lo que refuerza la implementación y el impacto de

los mercados campesinos. Esta colaboración fomenta el desarrollo sostenible, mejora la economía local y promueve prácticas agrícolas sostenibles.

El valor social generado es el apoyo institucional que promueve una mayor cohesión y colaboración conjunta, asegurando la implementación de políticas estables y favorables con compromiso y continuidad. La participación de entidades públicas y privadas, así como del sector comercial y académico, robustece las redes de apoyo, mejora el intercambio de conocimientos y recursos, y eleva la calidad de vida de todos los participantes.

8.6. Experiencias y prácticas recomendadas

La experiencia del mercado campesino de la ciudad de Medellín destaca la importancia de la diversificación, la articulación entre diferentes actores y el apoyo integral a los productores. Estas prácticas pueden ser adaptadas y aplicadas en Dabeiba para mejorar la débil gestión y operación del mercado campesino. A continuación se realiza una breve explicación:

- ✓ **Diversificación y articulación entre actores:** La experiencia de los mercados campesinos de la ciudad de Medellín señala la importancia de diversificar los productos y el mercado mismo en Dabeiba, como también la necesidad de articulación entre diferentes actores, como productores, comerciantes y entidades gubernamentales.

Esta diversificación y colaboración propenderá a aumentar oportunidades de venta, mejorar la eficiencia en la distribución de productos, además de fortalecer la economía local. Adaptar estas prácticas para el mercado campesino de Dabeiba podría resultar en una gestión eficiente y mayor cohesión entre los distintos participantes del mercado.

- ✓ **Apoyo integral:** Brindar apoyo integral a los productores agrícolas de Dabeiba, similar a la experiencia de Medellín, es fundamental para el éxito del mercado campesino. El apoyo podrá consistir en asistencia técnica, acceso a financiamiento, capacitación y recursos para mejorar la calidad y variedad de los productos, lo que contribuirá al aumento de la capacidad productiva de los campesinos y a asegurar la sostenibilidad del mercado a largo plazo.

La experiencia del mercado campesino de Medellín resalta la importancia de fomentar la colaboración entre productores, comerciantes y entidades gubernamentales. Adaptar esta práctica en Dabeiba podrá fortalecer los procesos alrededor del mercado en el territorio. Además, ofrecer asistencia técnica y capacitación como apoyo integral mejorará la calidad y variedad de los productos y la sostenibilidad del mercado. Estos resultados generarán valor público, ya que al promover una economía de mercado campesino basada en la experiencia de Medellín, se robustecerá y hará sostenible el mercado en Dabeiba, beneficiando tanto a productores como a la comunidad.

El valor social derivado de la adopción del modelo del mercado campesino de Medellín permitirá una mayor cohesión y colaboración entre productores, aliados

y entidades gubernamentales, ya que la diversificación y articulación entre diferentes actores promoverá el apoyo mutuo y fortalecerá las relaciones en torno al desarrollo del mercado.

Así entonces, los resultados indican áreas específicas con acciones de mejora y oportunidades para fortalecer el mercado campesino en Dabeiba, con el fin de promover el desarrollo rural, económico y local, mejorar la calidad de vida de los campesinos y garantizar el acceso a productos frescos y de calidad para los consumidores.

Tabla 7

Tabla de medición de resultados

Resultado	Métrica de Medición
Capacitación y formación	- Número de capacitaciones realizadas - Incremento en productividad agrícola - Mejora en la gestión financiera de los campesinos
Infraestructura y servicios básicos	- Número de mercados con acceso a Internet - Calidad de instalaciones mejoradas - Satisfacción de campesinos y visitantes
Sostenibilidad y comercialización	- Número de productores en la red de apoyo - Implementación de sistemas de registro - Mejora en la gestión de la oferta y demanda
Expansión del mercado y diversificación	- Número de productos nuevos introducidos - Incremento en ventas - Participación en mercados adicionales
Apoyo institucional y voluntad política	- Cantidad de apoyo gubernamental recibido - Número de colaboraciones con entidades - Estabilidad y continuidad del mercado
Experiencias y prácticas recomendadas	- Incremento en la diversificación de productos - Número de productores beneficiados con apoyo integral - Mejora en la eficiencia del mercado

Fuente: elaboración propia

9. MATRIZ DE RESULTADOS SEGÚN ÁREA DE ENFOQUE

La matriz que a continuación se presenta expone las recomendaciones para el mercado campesino de Dabeiba en cuatro frentes clave que fueron determinados en el diagnóstico, buscando el fortalecimiento de la cadena de valor, participación inclusiva de los campesinos agricultores, diversificación de la oferta y sostenibilidad y desarrollo integral:

Tabla 8

Resultados según área de enfoque

Enfoque 1	Enfoque 2	Enfoque 3	Enfoque 4
Fortalecimiento de la cadena de valor	Participación inclusiva de los campesinos agricultores	Diversificación de la oferta	Sostenibilidad y desarrollo integral
Implementar programas de alfabetización digital y capacitación en tecnología básica. Generación de valor público: Empodera a los agricultores, mejora su acceso a mercados y tecnologías, incrementa su productividad y calidad de vida, y promueve un desarrollo económico más equitativo y sostenible. Valor social: inclusión digital y mejora a la adaptabilidad de los agricultores a nuevas tecnologías.	Promover talleres de co-diseño entre productores, consumidores y expertos en innovación. Generación de valor público: Se fomenta la colaboración, las soluciones se adaptan a las necesidades locales; se mejora la cohesión social y garantiza una distribución equitativa de los beneficios. Valor social: se fomenta el sentido de comunidad y colaboración entre diferentes actores.	Fomentar la innovación en la transformación de materias primas locales. Generación de valor público: Se aumenta el valor agregado; se diversifica la variedad de productos, además de las fuentes de ingreso; se reduce la dependencia de un solo producto; se mejora la resiliencia económica en la comunidad rural. Valor social: Se mejora la capacidad de los agricultores de diversificar sus fuentes de ingreso y de resiliencia económica.	Promover prácticas agrícolas sostenibles y el uso eficiente de recursos. Generación de valor público: Protección al medio ambiente; se garantiza la sostenibilidad de los recursos naturales; se asegura un entorno saludable para generaciones futuras. Valor social: Proteger y conservar el medio ambiente con buenas prácticas mejora la calidad de vida de la comunidad en general.
Establecer alianzas con instituciones educativas para programas educativos. Generación de valor público: Fortalecimiento de la educación y desarrollo de habilidades locales; se promueve una actividad	Incluir programas de certificación y etiquetado distintivo. Generación de valor público: Incremento del valor agregado de los productos, facilitando el	Diseñar un centro de investigación agrícola local. Generación de valor público: Impulsa la investigación y desarrollo de nuevas técnicas y productos	Establecer un sistema de monitoreo y evaluación de alianzas y colaboraciones. Generación de valor público: se apoya e impulsa la investigación y desarrollo de nuevas

Enfoque 1	Enfoque 2	Enfoque 3	Enfoque 4
Fortalecimiento de la cadena de valor	Participación inclusiva de los campesinos agricultores	Diversificación de la oferta	Sostenibilidad y desarrollo integral
agrícola más calificada y adaptable a los cambios del mercado, beneficiando el desarrollo económico y social. Valor social: Se Promueve la educación continua y mejora las oportunidades de aprendizaje local.	reconocimiento y preferencia en el mercado, mayores ingresos para los agricultores. Valor social: Fortalece y la identidad local y de los productos agrícolas.	a nivel local, fomenta la innovación y la competitividad en el sector agrícola. Valor social: Implementación de innovación y el desarrollo de nuevas técnicas y productos agrícolas	técnicas y productos, fomentando la innovación y la competitividad agrícola local. Valor social: se propicia la transparencia y la confianza entre diferentes actores
Mejorar la infraestructura física del mercado campesino y estado de las vías que conducen hacia el mercado. Generación de valor público: Se facilita el acceso al mercado, se reducen costos y tiempos de transporte, se mejora la competitividad de los productos locales y se promueve el desarrollo económico regional. Valor social: Acceso, reducción de costos y tiempos de transporte	Establecer incentivos para la adopción de prácticas agroecológicas y orgánicas. Generación de valor público: Se establecen prácticas sostenibles, se protege el medio ambiente y se contribuye a la salud del suelo y la biodiversidad, generando sostenibilidad a largo plazo. Valor social: Promoción de prácticas sostenibles que mejoran la calidad de vida y el entorno local.	Incentivar la obtención de certificaciones de calidad y denominaciones de origen. Generación de valor público: Se contribuye el reconocimiento de la calidad y el valor de los productos locales, se facilita el acceso a mercados Premium con marca propia certificada, generando mayores ingresos y reconocimiento para los agricultores. Valor social: Incentivar el sentido de identidad y pertenencia en los agricultores.	Apoyar la transición hacia prácticas agroecológicas y agricultura orgánica. Generación de valor público: Reducción del impacto ambiental, mejora en técnicas de agricultura, mejora la salud del suelo y la biodiversidad, asegurando la sostenibilidad a largo plazo. Valor social: Contribuye a mejorar el cuidado del suelo y la biodiversidad.
Diseñar estrategias de marketing digital y establecer alianzas con empresas privadas. Generación de valor público: Se amplía el alcance de los productos locales, se aumentan las ventas y se generan mayores ingresos para los agricultores, contribución al desarrollo	Propiciar la colaboración entre diferentes actores del mercado campesino. Generación de valor público: se incentiva y fortalece la red de apoyo y cooperación entre los agricultores y otros actores, mejorando la	Desarrollar rutas de turismo agroecológico. Generación de valor público: Atracción de turistas, generando ingresos adicionales, se promueve la diversificación	Implementar un Sistema Integral de Gestión Financiera y Análisis de Rentabilidad. Generación de valor público: Se asegura una gestión eficiente de los recursos financieros y se mejora la sostenibilidad

Enfoque 1	Enfoque 2	Enfoque 3	Enfoque 4
Fortalecimiento de la cadena de valor	Participación inclusiva de los campesinos agricultores	Diversificación de la oferta	Sostenibilidad y desarrollo integral
económico y a la estabilidad financiera de las familias rurales. Valor social: Ampliación del alcance de comercialización y acceso a productos locales, generando mayores ingresos para los campesinos productores.	eficiencia y efectividad de las iniciativas. Valor social: se Fomenta la cooperación y el intercambio de conocimientos.	económica y el desarrollo sostenible. Valor social: Se promueve el intercambio cultural y la apreciación de la vida rural.	económica de iniciativas agrícolas. Valor social: Se propicia la mejora de la planificación productiva y financiera para la estabilidad económica de los productores campesinos.
Promover certificaciones de calidad y prácticas agrícolas sostenibles. Generación de valor público: Aseguramiento de la producción de alimentos con criterios de alta calidad y prácticas sostenibles, incrementando la confianza de los consumidores y abriendo nuevos mercados, beneficiando a productores y consumidores. Valor social: se Incrementa la confianza de participantes y consumidores, abre la oportunidad de ingreso de los productos a nuevos mercados.	Proporcionar programas de microcréditos y financiamiento accesible. Generación de valor público: Se facilita el acceso a recursos financieros necesarios para mejoras e iniciativas, se apoya el crecimiento económico inclusivo y sostenible. Valor social: Se Mejora la capacidad de inversión en los productos y posibilita el desarrollo de proyectos propios o comunitarios.	Implementar programas de alimentación escolar con productos locales. Generación de valor público: Aseguramiento de un mercado constante y permanente para los productos locales, se mejora la nutrición escolar y se apoya la economía local, con beneficios para toda la comunidad. Valor social: Se contribuye a la Mejora de la nutrición escolar y se fortalecen las relaciones comerciales entre los agricultores y la comunidad.	Contar con un sistema de datos para la planificación estratégica. Generación de valor público: Toma de decisiones informadas, además de posibilitar la planificación a largo plazo, mejorando la efectividad y eficiencia de las intervenciones en el sector agrícola. Valor social: Permite la toma de decisiones informadas, mejora la capacidad de respuesta ante desafíos.

Fuente: elaboración propia.

9.1. Matriz de enfoques, actores y responsabilidades

Esta matriz expone estructuradamente los cuatro enfoques encaminados a señalar los diversos aspectos del sistema productivo o sectorial en torno a los mercados campesinos, detallando los objetivos, actores involucrados y las responsabilidades específicas de cada uno.

Tabla 9

Mapa de actores según recomendaciones

Enfoque	Objetivo	Actores	Responsabilidades
Fortalecimiento de la cadena de valor.	Mejorar la eficiencia y competitividad.	Administración Municipal, Instituciones de educación público-privadas, Empresas público-privadas, Entidades certificadoras.	Capacitación tecnológica, alianzas educativas, mejoramiento de la infraestructura, establecimiento de programas educativos y tecnológicos, marketing digital, alianzas comerciales, certificaciones de calidad y prácticas sostenibles.
Participación inclusiva de los campesinos agricultores.	Fomentar inclusión y participación.	Productores campesinos, Expertos en innovación, Gobierno, Entidades para la certificación.	Recibir capacitación, talleres, certificaciones, facilitar talleres, incentivos agroecológicos, microcréditos, becas, espacios de formación, generar alianzas, programas de certificación y etiquetado.
Diversificación de la oferta.	Ampliar la gama y variedad de productos.	Centros de Investigación, Empresas Público-Privadas, Organizaciones certificadoras, Turismo, Programas sociales y escuelas.	Investigación para la productividad y transformación agrícola local, apoyo a la comercialización e innovación en transformación de materias primas, certificaciones de calidad, rutas turísticas agroecológicas identificadas, alimentación escolar con productos locales.
Sostenibilidad y desarrollo integral.	Promover prácticas sostenibles y desarrollo integral.	Agricultores, Gobierno, Organizaciones certificadoras, Centros de investigación.	Promoción de prácticas agroecológicas implementadas, monitoreo, evaluación, gestión financiera y capacitación, certificaciones en prácticas sostenibles, sistemas de datos para planificación estratégica.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10
Mapa de acciones

Enfoque	Acción Específica	Ejemplo exitoso con otro Mercado (Medellín)
Fortalecimiento de la cadena de valor	- Capacitación en gestión de la cadena de suministro. - Alianzas estratégicas.	- Alianza con instituciones de educación: La colaboración con universidades locales ha proporcionado formación avanzada en gestión de la cadena de suministro, mejorando la logística y distribución de productos agrícolas.
Participación inclusiva de los campesinos agricultores	- Programas de capacitación inclusiva. - Facilitar el acceso a recursos.	- Capacitaciones inclusivas: Talleres y programas de formación diseñados específicamente para pequeños productores, incluyendo módulos de alfabetización digital y técnicas agrícolas avanzadas.
Diversificación de la oferta	- Introducción de nuevos productos agrícolas. - Transformación de productos.	- Diversificación de productos: La inclusión de productos procesados como mermeladas, salsas y conservas en los mercados campesinos ha permitido a los agricultores aumentar sus ingresos y reducir desperdicios.
Sostenibilidad y desarrollo integral	- Promoción de prácticas agrícolas sostenibles. - Implementación de tecnologías verdes.	- Prácticas sostenibles: La implementación de programas de compostaje y agricultura orgánica han reducido el impacto ambiental y mejorado la calidad del suelo y de los productos agrícolas.

Fuente: elaboración propia.

10. INTERVENCIÓN SEGÚN RESULTADOS

El mapa de actores que a continuación se expone señala las principales partes involucradas y su respectivo rol para la implementación de las recomendaciones y mejora de la gestión, implementación, operación, desarrollo, institucionalización e instalación del mercado campesino. Este mapa señala la articulación y relación para coordinar esfuerzos y asegurar la colaboración entre diversos actores, cada uno con un papel específico:

- ✓ **Gobierno local:** Su rol es materializar y posicionar el mercado campesino, proveer apoyo político y financiero, establecer políticas, estrategias y alianzas favorables, garantizando infraestructura adecuada y facilitando el acceso al conocimiento necesario para el buen desempeño del mercado campesino como espacio de innovación social.

En cuanto a incentivo del valor público, el gobierno local, al posicionar y materializar el mercado campesino, asegurará apoyo político y financiero por

medio de alianzas públicas y privadas que incentivarán el acceso al conocimiento, diversificación, posicionamiento, crecimiento y sostenibilidad necesaria.

En la esfera del valor social se fomentará un entorno propicio al crecimiento del mercado campesino, y se fortalecerá la cohesión social, se mejorará la calidad de vida de los campesinos y se contribuirá al desarrollo económico local sostenible.

- ✓ Educación Público-Privada: Mediante la alianza estratégica con la academia se establecen medios para ofertar programas de capacitación y formación en mejora de los procesos de cultivo, habilidades técnicas agrícolas y medioambientales, junto a prácticas de comercialización y venta.

Contar con talleres y programas de capacitación y formación destinados a reforzar habilidades técnicas, agrícolas, de desarrollo sostenible y medioambiental, junto a prácticas comerciales y uso de tecnología, incentiva el valor público en cuanto genera mejoría en la autosuficiencia y la habilidad de competencia, incrementando la capacidad productiva en un entorno de sostenibilidad. Lo anterior, en cuanto a valor social, propenderá al crecimiento equilibrado con el uso y disposición sostenible de la tierra y empoderamiento de la comunidad rural.

- ✓ Empresas Público-Privadas: Desde su función social y ambiental se encuentran en la posibilidad de disponer de recursos, dar acceso a tecnología y apoyar en procesos de formación y comercialización, generando nuevas oportunidades de mercado como estrategia de crecimiento y desarrollo de los productores agrícolas.

En términos de valor público, las empresas aportarán acceso a conocimiento, recursos, tecnología y nuevas oportunidades de mercado, lo que fortalecerá la economía local con efecto positivo en el mercado campesino. En cuanto a valor social, las empresas y aliados estratégicos aportarán al bienestar comunitario, promoviendo cohesión social e innovación en el tejido campesino productor.

- ✓ Entidades para la certificación: Garantizar la calidad y sostenibilidad de los productos agrícolas mediante certificaciones adecuadas y reconocimiento de marca propia con identidad dabeibana.

Garantizar sostenibilidad y la calidad de los productos agrícolas mediante certificaciones de calidad y el reconocimiento de marca propia con registro, asegurará valor público en tanto se mejorará la confianza del consumidor con el producto, generando alta competitividad en el mercado basada en la confianza.

Aumentar la confianza con las certificaciones y la inclusión de marca propia en los productos insignias potenciará la identidad del territorio, lo que desde el valor social fortalece la economía local y refuerza el sentido de pertenencia comunitaria.

- ✓ Productores campesinos: Convertirse en parte activa en la implementación de las prácticas recomendadas, diversificar productos, tener disposición al cambio y colaborar con otros actores.

Asimilando las prácticas recomendadas, participando en actividades, talleres, capacitaciones, siendo parte activa en la diversificación de los productos y colaborando con otros actores, los campesinos potenciarán la resiliencia y capacidad de adaptación. generando valor público.

Desde el valor social, los campesinos productores, al participar y colaborar con las políticas que se dispongan en torno a mejorar los mercados campesinos y los productos agrícolas, mejorarán la estabilidad económica y social desde un entorno más colaborativo y comunitario.

- ✓ Expertos en innovación: Su participación se basa en proporcionar conocimientos y tecnología innovadora para mejorar la productividad y sostenibilidad de los productos agrícolas y del mercado campesino.

Aportando conocimientos y tecnología innovadora, los expertos en innovación que participen de este proceso de fortalecimiento a los mercados campesinos, en cuanto a valor público, generarán aumento de la productividad y sostenibilidad de los productos agrícolas, lo que contribuirá a un desarrollo económico más inclusivo y sustentable.

La adquisición de conocimientos y tecnología innovadora desde el valor social no solo elevará la productividad y sostenibilidad de los productos agrícolas, sino que también aportará a mejorar la calidad de vida de los productores y promoverá la oportunidad de saberes nuevos en pro de la cualificación de conocimientos.

- ✓ Centros de investigación: Colaborar en la investigación y desarrollo de nuevas prácticas agrícolas y de comercialización como estrategia transformadora.

La participación de centros de investigación y desarrollo en nuevas prácticas agrícolas y de comercialización facilitará el acceso a métodos más modernos, eficientes y sostenibles, promoviendo una transformación positiva en el sector agrícola como factor de innovación pública en impacto del valor público.

Los centros de investigación, desde el valor social, facilitarán la promoción de transformaciones positivas para el sector agrícola hacia un mejor desarrollo rural.

- ✓ Turismo: Integrar desde el mercado campesino rutas turísticas hacia predios o fincas con procesos productivos establecidos, como lo son el cultivo de café y cacao, con la finalidad de potenciar las ventas y motivar en otros productores las buenas prácticas.

La estrategia de Integrar el mercado campesino con rutas turísticas hacia cultivos de productos insignias (café y cacao) como valor público potenciará las ventas y promoverá las buenas prácticas a visitantes, junto al reconocimiento y conservación de tradiciones propias de la localidad.

Articular el turismo como valor social al proceso de los mercados campesinos y productos agrícolas y rutas turísticas aumentará la visibilidad y el reconocimiento

de los productos locales fuera de sus fronteras, lo que fomentará el desarrollo económico tanto rural como urbano.

- ✓ Programas sociales y escuelas: Incluir no solo el sector rural, sino toda la comunidad del municipio y educar a futuras generaciones en la importancia de los cultivos sostenibles como medio de innovación social, fruto del mercado campesino.

La participación de toda la comunidad y la generación procesos educativos de las futuras generaciones sobre la importancia de la sostenibilidad en los procesos agrícolas crearán conciencia sobre el consumo de productos naturales y locales y la protección del medio ambiente.

La educación y participación comunitaria como valor social generarán conciencia y fomentarán el sentido de solidaridad y responsabilidad colectiva, donde la producción agrícola desde las buenas prácticas tendrá un papel fundamental en torno al desarrollo rural sostenible.

- ✓ Agricultores: Tejer entre ellos y con otros actores relacionados una red de colaboración, cuya finalidad sea la mejora en la gestión de recursos y la eficiencia del mercado campesino.

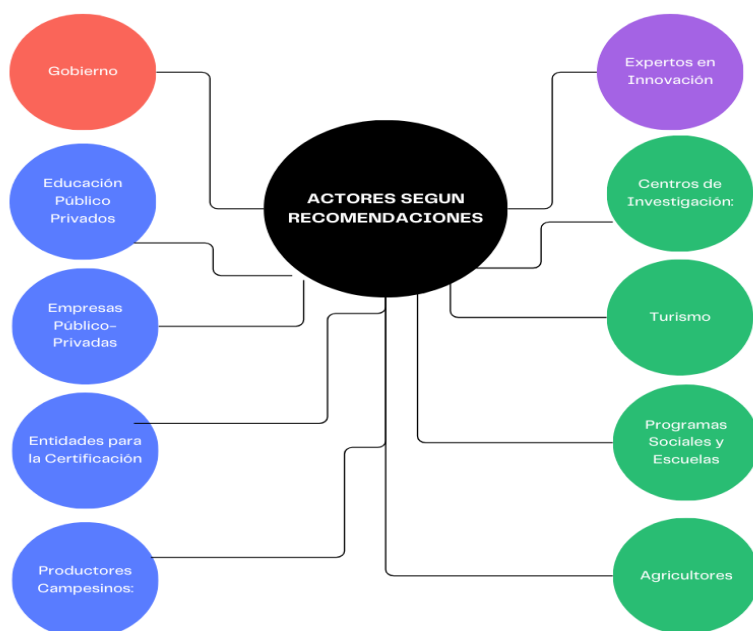
Contar con una red de colaboración entre la comunidad campesina, que incluya otros actores, mejora la gestión de recursos y la eficiencia en la gestión del mercado campesino y la producción local, lo que en términos de valor público resulta en un entorno más coherente y próspero en beneficio de toda la comunidad.

La colaboración de campesinos productores con otros actores desde la perspectiva del valor social promoverá un entorno más enlazado y próspero, fortaleciendo los lazos sociales y económicos hacia la sostenibilidad del mercado.

Esta estructura facilitará la implementación efectiva de las recomendaciones al asegurar que todos los actores relevantes estén alineados y comprometidos con los objetivos comunes.

Figura 9

Mapa de actores MCD



Fuente: elaboración propia.

Tabla 11

Cronograma de implementación para cada intervención por actor

Actor	Rol	Cronograma de Implementación
Gobierno	- Materializar en permanencia y posicionar el mercado campesino. - Proveer apoyo político y financiero. - Establecer políticas y alianzas. - Garantizar la adecuación de las infraestructuras físicas.	Año 1-2: Políticas y alianzas. Año 1-2-3: Infraestructuras garantizadas.
Educación Público-Privados	- Ofertar programas de capacitación en habilidades técnicas, agrícolas, medioambientales, comerciales y de ventas.	Año 1: Diseño de programas. Año continuo: Implementación.
Empresas Público-Privadas	- Facilitar recursos y acceso a tecnología. - Apoyar en formación y comercialización. - Crear nuevas oportunidades de mercado.	Año 1-2: Facilitar recursos y formación. Año continuo: Comercialización.

Actor	Rol	Cronograma de Implementación
Entidades para la certificación	- Garantizar calidad y sostenibilidad de productos - Reconocimiento de marca propia con identidad dabeibana.	Año 1: Desarrollo de estándares. Año continuo: Implementación.
Productores campesinos	- Implementar prácticas recomendadas. - Diversificar productos. - Contar con disposición al cambio y colaborar con otros actores.	Continuo: Participación y adopción de prácticas.
Expertos en innovación	- Proporcionar conocimientos y tecnologías innovadoras para mejorar la productividad y la sostenibilidad.	Año 1-2: Transferencia de conocimientos. Año continuo: Innovación.
Centros de investigación	- Colaborar en investigación y desarrollo de nuevas prácticas agrícolas y de comercialización.	Año 1: Iniciación de proyectos de investigación. Año Continuo: Implementación de prácticas.
Turismo	- Integrar el mercado campesino con rutas turísticas hacia predios con procesos productivos establecidos.	Año 2: Diseño de rutas turísticas. Año continuo: Implementación.
Programas sociales y escuelas	- Incluir a toda la comunidad y educar a futuras generaciones sobre la importancia del fomento a cultivos sostenibles.	Año 1-2: Desarrollo de programas educativos. Año continuo: Educación comunitaria.
Agricultores	- Tejer una red de colaboración con otros actores para mejorar la gestión de recursos y eficiencia del mercado campesino.	Continuo: Colaboración y participación activa.

Fuente: elaboración propia.

11. RECOMENDACIONES

- ✓ **Identificación de población campesina:** Se debe realizar el Registro Único de Extensión Agropecuaria – RUEA, en el cual se implemente la inscripción y caracterización de los productores rurales, para obtener datos básicos de identificación y actividad productiva que se realiza; esto no solo permitirá una mejor planificación y gestión de recursos, sino que también asegurará que las iniciativas de desarrollo lleguen a quienes más lo necesitan.
- ✓ **Fortalecimiento de capacidades técnicas y tecnológicas:** Se requiere implementar programas de alfabetización digital y capacitación en el uso básico de herramientas tecnológicas para los productores campesinos, para mejorar la productividad, gestión y conocimiento.
- ✓ **Alianzas académicas:** Establecer alianzas con instituciones educativas técnicas, tecnológicas y universitarias con la finalidad de contar con programas educativos enfocados en producción, transformación de productos agrícolas, conocimiento y uso

de tecnología agropecuaria, talleres de marketing, comercialización y conocimientos financieros básicos.

- ✓ **Infraestructura y servicios básicos:** Evaluar y mejorar los espacios físicos del mercado campesino, incluyendo acceso adecuado para vehículos, estacionamiento, organización y presentación de stand de ventas, áreas de descanso y servicios públicos como agua, electricidad e internet.
- ✓ **Comercialización:** Diseñar una estrategia de marketing digital para promocionar los productos del mercado campesino a nivel local, regional y nacional. Esto puede incluir redes sociales, plataformas de comercio electrónico local y la participación en ferias y eventos de alimentos agrícolas. Establecer alianzas y colaboraciones con empresas privadas y supermercados para la distribución de productos campesinos garantizará una cadena de comercialización más amplia y estable.
- ✓ **Innovación y diversificación:** Promover y facilitar talleres y programas de co-diseño entre productores, consumidores y expertos en innovación para diversificar la oferta de productos agropecuarios.
- ✓ **Sostenibilidad y prácticas ambientales:** Promover prácticas agrícolas sostenibles entre los productores campesinos mediante programas de educación ambiental y la implementación de tecnologías apropiadas. Esto incluye el manejo adecuado de residuos, el uso eficiente del agua y la conservación de recursos naturales.
- ✓ **Redes y alianzas público-privadas:** Propiciar la colaboración entre diferentes actores del mercado campesino, incluyendo productores, consumidores, autoridades departamentales y nacionales como también empresas públicas y privadas. El fomento de redes de apoyo, grupos de trabajo colaborativo y plataformas de intercambio de conocimientos, además de un sistema de monitoreo y evaluación de estas alianzas y colaboraciones, asegurará su efectividad, ya que de acuerdo a los resultados dados se podrán adaptar estrategias y soluciones.
- ✓ **Financiamiento y microcréditos:** Contar con programas de microcréditos y financiamiento accesible para los productores campesinos, especialmente dirigidos a aquellos que buscan expandir sus productos y mejorar su producción.
- ✓ **Programas de asistencia técnica:** Establecer un sistema de asistencia técnica permanente para los productores agrícolas, enfocado en prácticas sostenibles, manejo integrado de plagas y enfermedades, y acceso a herramientas y conocimientos agrícolas innovadores.
- ✓ **Investigación y desarrollo:** Contar con un centro de investigación agrícola aliado (universidades y centros de investigación) para impulsar la innovación en variedades de cultivos adaptados al clima local, el desarrollo de nuevos productos agroalimentarios y técnicas de conservación de suelos.
- ✓ **Incorporación de jóvenes y mujeres en la agricultura:** Propiciar programas para incentivar la participación de jóvenes y mujeres en la agricultura y la agroindustria.

Esto puede incluir becas educativas en áreas relacionadas con capacitación en emprendimiento agrícola y acceso preferencial a préstamos con bajo interés.

- ✓ **Requisitos de participación:** Establecer requisitos claros para los campesinos participantes en el mercado, como criterios de elegibilidad específicos (productos, sectores poblacionales, etc.), junto a normas de prácticas agrícolas sostenibles y productos de mercado variados.
- ✓ **Certificaciones y denominaciones de origen:** Incentivar y promover conocimientos para la obtención de certificaciones de calidad y denominaciones de origen para productos emblemáticos del municipio, como el café y el cacao. Estas certificaciones no solo agregarían valor al producto, sino que también protegerían la identidad agrícola local.
- ✓ **Turismo agroecológico:** Desarrollar rutas turísticas que permitan a los visitantes experimentar la vida agrícola rural y participar en actividades como la cosecha y/o producción de café o cacao. Esto no solo diversifica las fuentes de ingresos de los productores, sino que también promueve la valorización de los productos locales, potenciando el mercado campesino.
- ✓ **Seguridad alimentaria:** Implementar programas de alimentación escolar que utilicen productos locales frescos y nutritivos, fomentando así el consumo de productos del mercado campesino interno. Esto apoya tanto la seguridad alimentaria estudiantil como a los ingresos de los agricultores locales.
- ✓ **Agroecología y agricultura orgánica:** Apoyar la transición hacia prácticas agroecológicas y agricultura orgánica mediante incentivos económicos y técnicos para los productores que adopten estas prácticas. Esto no solo beneficia al medio ambiente y la salud poblacional, sino que también potencia la apertura a mercados internacionales para productos orgánicos certificados.
- ✓ **Gestión financiera y análisis de rentabilidad:** Implementar un sistema integral de gestión financiera y análisis de rentabilidad para optimizar la operación y asegurar la sostenibilidad económica del mercado campesino en Dabeiba, que incluya un análisis detallado de costos de producción, estrategias efectivas de ventas y evaluación continua de la rentabilidad.
- ✓ **Sistematización de datos:** Contar con un sistema de datos de población y producción agrícola y comercial, con el objeto de obtener datos precisos sobre la producción y las transacciones comerciales con recopilación de información detallada sobre los tipos de cultivos, volúmenes producidos, destinos de venta y precios. Los datos obtenidos permitirán evaluar la productividad, dando la posibilidad de establecer clasificación y priorización de productos según la demanda y rentabilidad del mercado.
- ✓ **Acuerdo No 06 del 24 de mayo de 2022:** Modificar el Acuerdo No 06 del 24 de mayo de 2022, a fin de separar el mercado campesino, ya que este incluye la Feria Artesanal y Feria Empresarial como un todo. Esto permitirá una participación directa del sector rural y la implementación de prácticas e inversión específicas para el cultivo

y comercialización de productos agropecuarios. Una vez modificado el acuerdo es crucial incluir a la población indígena en el acuerdo que contenga la Feria Artesanal y la Feria Empresarial, facilitando la exhibición y venta de sus productos artesanales, asegurando así una representación inclusiva y equitativa de esta población representativa en estos eventos.

- ✓ Monitoreo y evaluación de impacto: Implementar un sistema robusto de monitoreo y evaluación del impacto de las políticas y programas implementados en el mercado campesino.

La siguiente matriz proporciona datos detallados de cada recomendación, en donde se resalta tanto el valor público como el social y su impacto en la comunidad, entregando una visión más completa de los beneficios potenciales de cada acción.

Tabla 12

Estructura de recomendaciones

Recomendación	Valor Público	Valor Social	Impacto en la Comunidad
Identificación de población campesina (RUEA)	Mejora en la identificación y caracterización de productores y predios rurales.	Fortalecimiento de la identidad y el reconocimiento social de los campesinos.	Datos precisos para la formulación de acciones y políticas agrícolas efectivas.
Fortalecimiento de capacidades técnicas y tecnológicas	Aumento en la alfabetización digital, formación técnica y uso de tecnología.	Reducción de la brecha digital y mayor inclusión tecnológica.	Mejora la gestión agrícola y el acceso a información relevante para aumentar la productividad desde el componente tecnológico.
Alianzas académicas	Acceso y facilidad para la formación, educación técnica y tecnológica.	Promociona una cultura de aprendizaje continuo y colaboración.	Contribuye al conocimiento, la transformación de productos agrícolas y aumento en el valor agregado.
Infraestructura y servicios básicos	Mejoras en las condiciones físicas y estructurales del mercado campesino.	Mejor calidad de vida y bienestar en la comunidad rural.	Espacios adecuados para la comercialización, servicios básicos accesibles, facilita un mayor flujo de clientes y ventas.
Comercialización	Estrategias de marketing, usos de plataformas y herramientas digitales, alianzas comerciales.	Empoderamiento y fortalecimiento de la economía local.	Acrecentamiento del mercado con oportunidad de venta de los productos campesinos aumentando los ingresos.
Innovación y diversificación	Diversificación y transformación de productos agropecuarios.	Facilita el estímulo a la creatividad y adaptación de nuevos mercados.	Se incrementa la oferta de productos, el valor agregado y se mejoran los ingresos de los productores campesinos.
Sostenibilidad y prácticas ambientales	Promoción de prácticas agrícolas sostenibles.	Genera protección del medio ambiente, generando que las	Conservación de recursos naturales, aprovechamiento y diversificación de los

Recomendación	Valor Público	Valor Social	Impacto en la Comunidad
		prácticas sostenibles sean legado para las futuras generaciones.	productos y mejora en la calidad de estos con criterios de sostenibilidad.
Redes y alianzas público-privadas	Colaboración entre actores interesados en el mercado campesino y los productos agrícolas.	Permite el fomento de la cohesión social y solidaridad entre diferentes actores.	Materialización de Alianzas, creación de redes de apoyo mejora en la eficiencia de las operaciones y acciones para fortalecer el mercado campesino.
Financiamiento y microcréditos	Accesos y apoyo financiero para la expansión y mejora de la producción agrícola.	Inclusión para obtención financiera al gobierno local y comunidad campesina; reducción de la pobreza rural.	Mejora la productividad, acceso al conocimiento, inversión en proyectos de diversificación y prácticas agrícolas sostenibles.
Programas de asistencia técnica	Fomento y establecimiento de asistencia técnica permanente.	Se fortalece la autonomía y capacidad local.	Mejora las prácticas agrícolas, junto a la adopción de tecnologías innovadoras.
Investigación y desarrollo	Impulso a la innovación agrícola local con diversificación y mejora de prácticas agrícolas.	Generación de conocimiento y promoción del desarrollo científico en el ámbito rural.	Desarrollo de nuevas formas de cultivos y productos, transformación de estos; mejora de competitividad del sector agrícola, en búsqueda de generación de conocimiento.
Incorporación de jóvenes y mujeres en la agricultura	Fomento de la participación e inclusión de jóvenes y mujeres	Se propicia la igualdad de oportunidades y empoderamiento	Diversificación de la fuerza laboral agrícola y aumento en la inclusión social
Requisitos de participación	Establecimiento de criterios claros para la participación en los mercados y de prácticas agrícolas sostenibles.	Fomento de la Transparencia y equidad en el acceso a los mercados.	Aseguramiento de la calidad y sostenibilidad de los productos del campo y estabilidad en las prácticas agrícolas.
Certificaciones y denominaciones de origen	Obtención de certificaciones de calidad, generando la oferta de productos de origen en mercados externos.	Reconocimiento de la tradición cultural de los productos insignia y orgullo por los productos locales.	Mejora en el reconocimiento y valor de los productos agrícolas locales.
Turismo agroecológico	Desarrollo de rutas turísticas agrícolas.	Preservación del patrimonio y tradiciones culturales campesinas en torno a los cultivos, los procesos de producción y transformación, y promoción del turismo sostenible.	Diversificación de fuentes de ingresos y promoción del valor cultural y las tradiciones a través de los cultivos, productos y transformación agrícola.

Recomendación	Valor Público	Valor Social	Impacto en la Comunidad
Seguridad alimentaria	Implementación de programas de alimentación con los productos provenientes de la tierra dabeibana.	educación en seguridad alimentaria y mejora de la nutrición.	Fomento del consumo de productos locales y mejora en la seguridad alimentaria.
Agroecología y agricultura orgánica	Apoyo a prácticas agroecológicas y orgánicas.	Salud y bienestar mediante consumo de productos más saludables.	Beneficios ambientales y apertura a mercados externos para productos certificados con procesos de producción sostenible.
Gestión financiera y análisis de rentabilidad	Implementación de sistemas de gestión financiera y sus lecturas para el análisis.	Mejora en la planificación económica, toma de decisiones informadas y fundamentos en la búsqueda de beneficios o ayudas.	Optimización de la operación del mercado campesino y de la gestión de productos agrícolas, y aseguramiento de su sostenibilidad económica.
Sistematización de datos	Creación de sistemas de datos agrícolas.	Acceso a información con oportunidad y precisión para los actores involucrados.	Mejora en la planificación estratégica y mayor posibilidad de asignación de recursos para el crecimiento económico sostenible.
Acuerdo No 06 de 24 de mayo de 2022	Separación y mejora del mercado campesino.	Identificación y empoderamiento a un sector específico de la población.	Mayor representación e inversión en el sector rural, beneficiando a productores directamente.
Monitoreo y evaluación de impacto	Sistema de monitoreo y evaluación.	Mejora en la rendición de cuentas y por tanto en indicadores de transparencia en la gestión pública.	Aseguramiento de la efectividad de las políticas y programas, optimizando el uso de recursos. De acuerdo al seguimiento y evaluación de resultados para la toma de decisiones informada.

Fuente: elaboración propia

11.1. Implementación de recomendaciones

Recomendaciones específicas cuya estructura se señalará para su debida implementación. Su finalidad es el fortalecimiento y desarrollo de los mercados campesinos e incidencia en sector agropecuario y rural. El plan detallado para el municipio de Dabeiba establece acciones necesarias que permiten abordar las recomendaciones con pasos específicos, plazos y responsables, lográndose entregar un enfoque estructurado y coordinado.

Cada recomendación busca no solo mejorar las condiciones actuales, sino también generar un impacto sostenible y de largo plazo en la comunidad. Para ello se han identificado los responsables adecuados y se han definido plazos ajustados para cada acción, asegurando así una ejecución efectiva y la posibilidad de hacer el seguimiento necesario para su ejecución.

Tabla 13
Implementación de recomendaciones

Recomendación	Paso Específico	Plazo	Responsable	Seguimiento y Evaluación
Identificación de población campesina	Implementar el Registro Único de Extensión Agropecuaria (RUEA).	6 meses permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura.	Evaluar el porcentaje de campesinos registrados mensualmente.
	Desarrollo del sistema de registro.	6 meses. Permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Revisiones trimestrales del desarrollo del sistema.
	Campaña de inscripción.	3 meses posteriores a la implementación del sistema de registro y permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Monitoreo mensual del número de inscritos.
Fortalecimiento de capacidades técnicas y tecnológicas	Desarrollo de proceso de capacitación	8 meses permanente durante el periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización- Alianza Sena- Convenios Instituciones.	Evaluación de contenidos anualmente.
	Implementación de puntos de acceso a internet.	6 meses permanente durante el periodo de gobierno.	Alcaldía Municipal- Empresas de Telecomunicaciones.	Revisión al final instalación de puntos de acceso, posterior anualmente.
	Capacitación.	Permanente con implementación posterior al desarrollo del proceso de capacitación y contenidos.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- Instituciones Técnicas.	Encuestas de satisfacción de los participantes en capacitación.
Alianzas académicas	Identificación de aliados.	6 meses, permanente durante el periodo de gobierno.	Alcaldía -Secretaría de Educación- Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Evaluación anual de las alianzas establecidas.
	Desarrollo de programas.	6 posteriores a la identificación de los aliados.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- Instituciones técnicas y de educación superior.	Revisión anual de los programas desarrollados.

Recomendación	Paso Específico	Plazo	Responsable	Seguimiento y Evaluación
	Implementación de programas de capacitación.	Permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- Instituciones técnicas y de educación superior.	Evaluación anual de la efectividad de los programas mediante encuestas, entrevistas, asistencia y resultados.
Infraestructura y servicios básicos	Evaluación de infraestructura actual.	Inmediato. Permanente durante el periodo de gobierno.	Alcaldía Municipal- Secretaria de Planeación o Infraestructura.	Informe trimestral de evaluación de la infraestructura.
	Plan de acción.	3 meses posteriores a la evaluación de infraestructura actual.	Alcaldía Municipal- Secretaria de Planeación o Infraestructura.	Revisión trimestral del desarrollo del plan de acción.
	Implementación de mejoras a la infraestructura.	Periodo de gobierno y posteriores a la evaluación de infraestructura actual.	Alcaldía Municipal- Secretaria de Planeación o Infraestructura y contratistas.	Monitoreo bimensual de la implementación de mejoras.
Comercialización	Desarrollo de estrategia digital.	6 meses, permanente durante el periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización.	Revisión trimestral del desarrollo de la estrategia.
	Capacitación en marketing digital.	6 meses, permanente durante el periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización- Instituciones técnicas.	Evaluación trimestral de la participación y satisfacción en las capacitaciones.
	Alianzas con empresas.	Permanente periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización Cámaras de comercio y empresas públicas o privadas.	Monitoreo anual de la efectividad de las alianzas mediante encuestas, resultados y entrevistas.
Innovación y diversificación	Organización de talleres.	8 meses, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- expertos en innovación- Instituciones Técnicas.	Evaluación de la calidad y efectividad de los talleres mediante encuestas trimestrales.
	Implementación de programas de certificación.	1 año permanente durante el periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización Entidades certificadoras.	Revisión semestral de los avances en los programas de certificación.

Recomendación	Paso Específico	Plazo	Responsable	Seguimiento y Evaluación
	Fomento de la transformación de productos.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- Instituciones técnicas y de educación superior.	Evaluación anual del impacto de la transformación de productos mediante análisis de mercado.
Sostenibilidad y prácticas ambientales	Programas de educación ambiental.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- Instituciones técnicas, de educación superior y ONG.	Evaluación semestral de la participación y efectividad de los programas.
	Implementación de tecnologías apropiadas.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Revisión anual del uso y efectividad de las tecnologías implementadas.
Redes y alianzas público-privadas	Establecimiento de grupos de trabajo y asignación de compromisos y roles.	8 meses, permanente periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización y Cámaras de comercio.	Evaluación semestral del progreso de los grupos de trabajo.
	Implementación de sistemas de monitoreo acciones de las alianzas.	Permanente periodo de gobierno.	Oficina de Comercialización y Cámaras de comercio y aliados.	Monitoreo trimestral del funcionamiento del sistema de monitoreo.
	Establecimiento de alianzas con instituciones financieras.	6 meses, permanente periodo de gobierno.	Alcaldía Municipal- Secretaria de Hacienda-Bancos- Cámara de comercio.	Revisión semestral de las alianzas financieras establecidas.
	Creación de fondo rotatorio.	8 meses, permanente periodo de gobierno.	Alcaldía Municipal- Secretaria de Hacienda-Bancos.	Evaluación semestral del uso y efectividad del fondo rotatorio.
Programas de asistencia técnica	Diseño de sistema de asistencia técnica permanente.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización- Instituciones técnicas y de educación superior y ONG.	Evaluación anual de la efectividad del sistema de asistencia técnica.
	Implementación de talleres de capacitación en prácticas sostenibles.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización Instituciones agrícolas - expertos en sostenibilidad.	Revisión trimestral de la participación y satisfacción en los talleres.

Recomendación	Paso Específico	Plazo	Responsable	Seguimiento y Evaluación
Investigación y desarrollo agroalimentario	Creación de centro de investigación local.	1 año, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización en alianza con universidades y centros de investigación.	Evaluación anual de los resultados y avances del centro de investigación.
	Desarrollo de diversificación productos y técnicas.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización en alianza con universidades y centros de investigación.	Revisión trimestral del desarrollo y adopción de nuevas técnicas y productos.
Incorporación de jóvenes y mujeres	Programas de becas educativas.	Permanente periodo de gobierno.	Alcaldía Municipal- Consejo municipal- Secretaría de Agricultura- Secretaria de Educación.	Evaluación anual del número de beneficiarios y su progreso académico.
	Capacitación en emprendimiento agrícola.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización Instituciones Técnicas- de Educación Superior.	Revisión trimestral de la participación y satisfacción en las capacitaciones.
Requisitos de participación	Definición de criterios de elegibilidad.	3 meses, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Revisión trimestral de la implementación y cumplimiento de los criterios.
	Establecimiento de políticas para prácticas agrícolas sostenibles.	6 meses, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Evaluación semestral de la efectividad de las políticas implementadas.
Certificaciones y denominaciones de origen	Promoción de certificaciones de calidad.	1año, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización Entidades certificadoras.	Revisión semestral del progreso y número de certificaciones obtenidas.
	Incentivos para la obtención de denominaciones de origen y seriaciones.	1 año, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización Entidades certificadoras.	Evaluación anual del impacto de los incentivos en la obtención de certificaciones.
Turismo agroecológico	Desarrollo de rutas turísticas.	1 año, permanente durante el periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Evaluación semestral del desarrollo de las rutas turísticas.

Recomendación	Paso Específico	Plazo	Responsable	Seguimiento y Evaluación
	Promoción del turismo agroecológico.	Posterior al desarrollo de rutas turísticas permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización Cámaras de comercio y empresas turísticas.	Revisión anual del impacto del turismo agroecológico en la economía local.
Seguridad alimentaria	Implementación de programas de alimentación con productos locales	1año, desarrollo de rutas turísticas.	Secretaria de Salud-Educación-Agricultura.	Evaluación anual de la implementación y efectividad de los programas.
	Puesta en marcha de programas de alimentación escolar con productos locales	Posterior a la de programas de alimentación permanente periodo de gobierno.	Secretaria de Salud-Educación-Agricultura.	Revisión semestral del impacto de los programas de alimentación escolar.
	Fomento del consumo de productos locales.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Monitoreo trimestral del consumo de productos locales.
Agroecología y agricultura orgánica	Programas de incentivos para prácticas agroecológicas.	8 meses y permanente periodo de gobierno.	Alcaldía - Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Evaluación semestral del impacto de los incentivos en la adopción de prácticas agroecológicas.
	Capacitación en agricultura orgánica.	Permanente periodo de gobierno.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización Instituciones Técnicas- de Educación Superior.	Revisión trimestral de la participación y satisfacción en las capacitaciones.
Gestión financiera y análisis de rentabilidad	Implementación de sistema integral de gestión financiera.	6 meses.	Alcaldía Municipal-Secretaría de Hacienda-Bancos-Cooperativas de Ahorro y Crédito.	Evaluación trimestral del uso y efectividad del sistema de gestión financiera.
	Evaluación continua de rentabilidad.	Permanente periodo de gobierno.	Alcaldía Municipal-Secretaría de Hacienda-Bancos-Cooperativas de Ahorro y Crédito.	Revisión trimestral de los informes de rentabilidad.
Sistematización de datos	Desarrollo de sistema de datos de producción, rentabilidad y comercio.	6 meses.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Evaluación semestral del desarrollo y uso del sistema de datos.

Recomendación	Paso Específico	Plazo	Responsable	Seguimiento y Evaluación
Modificación del Acuerdo No 06 de 24 de Mayo de 2022	Separación del mercado campesino de la feria artesanal y empresarial.	3 meses.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Revisión trimestral del proceso de separación.
Monitoreo y evaluación de impacto	Implementación de sistema de monitoreo y evaluación.	5 meses.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Evaluación semestral del funcionamiento del sistema de monitoreo.
	Ajuste de estrategias según resultados.	Permanente periodo de gobierno después de la implementación de sistema.	Secretaría de Agricultura- Oficina de Comercialización.	Revisión anual y ajuste de estrategias basado en los resultados obtenidos.

Fuente: elaboración propia.

REFERENCIAS

- Agencia de Desarrollo Rural. (2019). *Resolución 0381 de 2019*. <https://www.adr.gov.co/wp-content/uploads/2022/03/Resolucion-0381.pdf>.
- Agencia de Desarrollo Rural. (27 de Enero de 2021). Guía operativa para formulación de proyectos de inversión - ADR,. Obtenido de <https://www.adr.gov.co/wp-content/uploads/2021/07/Guia-Operativa-Proyecto-Optimizacion-Ajuste-Trazadores.pdf>.
- Municipio de Dabeiba. (2024). *Plan de Desarrollo Municipal "Primero Dabeiba 2024-2027"*. Municipio de Dabeiba
- Concejo del Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín. (s.f.). Mercados Campesinos en Medellín. Una política integral de la ciudad para la ruralidad. Obtenido de <https://www.medellin.gov.co/es/documentos-fao/mercados-campesinos-en-medellin-una-politica-integral-de-la-ciudad-para-la-ruralidad/>
- Contraloría General de la República. (2019). *Informes Financieros Auditoría Contraloría General de la República*. https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/Informes_Auditoria_Contraloria_General_de_la_Republica/2020/INFORME_FINANCIERO_MADR_2019.pdf.
- Hernán Darío Pineda Gómez, et al .(2018). Mercados Campesinos en Medellín: ¿Una política integral de la ciudad para la ruralidad?. En-Contexto *Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Económica y Sociedad*. <https://www.redalyc.org/journal/5518/551859331003/551859331003.pdf>
- Ministerio de Agricultura de Colombia. (s.f.). Construcción Biodigestores. <https://www.minagricultura.gov.co/Iniciativa/Documents/construccion%20biodigestores.pdf>.
- Organización Internacional del Trabajo. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible. Manual de referencia sindical sobre la agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@actrav/documents/publication/wcms_569914.pdf
- San Sebastian de Mariquita - Tolima. (2022). *Plan Operativo Anual de Inversiones 2022*. <https://www.sansebastiandemariquita-tolima.gov.co/Transparencia/Planes%20Institucionales/Plan%20Operativo%20Anual%20de%20Inversi%C3%B3n%202022.xlsx>.

ⁱ Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 metas globales adoptadas por los Estados miembros de la ONU en 2015, como parte de la Agenda 2030. Están diseñados para abordar los desafíos mundiales más urgentes, promoviendo la prosperidad y el bienestar para todos, mientras protegen los recursos naturales y el medio ambiente. Los ODS son interconectados, reconociendo que las acciones en un área afectan los resultados en otras, y buscan equilibrar las dimensiones social, económica y ambiental del desarrollo sostenible.

ⁱⁱ ODS 2. Hambre cero: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

ⁱⁱⁱ ODS 1. Fin de la pobreza: Erradicar la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo

^{iv} ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad

^v ODS 3. Salud y bienestar: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades