

Recibido 21 de noviembre de 2023  
Aceptado 15 de diciembre de 2023  
[www.unipaz.edu.co](http://www.unipaz.edu.co)

## Mercados agroecológicos. ¿Una alternativa para quién?

### Agroecological markets. An alternative for whom?

Arley Beltrán Osma<sup>†a</sup> Edwin Villa Plazas<sup>b</sup>, Kelly Cristina Torres Angulo<sup>c</sup>, Jesús Antonio Quintero Cardozo<sup>d</sup>, Oscar Orlando Porras Atencia<sup>e</sup>, José Rafael Arrieta Vergara<sup>f</sup>.

**Resumen:** La Organización Femenina Popular (OFP) ha propendido siempre por el mejoramiento en la calidad de vida de mujeres cabeza de hogar, víctimas del conflicto armado, violencia intrafamiliar o en condición de desplazamiento; creando una planificación económica y social en una dinámica territorial con una práctica productiva y sostenible que pueda brindar a estas mujeres una autonomía económica. Con este propósito se pretende fomentar una estrategia agroecológica que permita a estas mujeres producir y ofertar sus productos, así como también que los consumidores puedan beneficiarse de un producto sano y de buena calidad. El BAZARTE como estrategia agroecológica, sostenible y económica se realiza en Barrancabermeja, en este artículo se pretende identificar los aspectos más relevantes del mercado agroecológico. Para esta investigación fueron implementados instrumentos de medición cualitativa, divididas en cinco fases que permitieron en sus resultados evidenciar la consolidación de redes de trabajo entre productores. Para esto es importante tener una ventana abierta con consumidores que optan como primera opción por sus productos, sumado a la conservación de un tejido social fundamental en nuestra ruralidad. El BAZARTE sin duda, es una estrategia novedosa que busca apoyar a través de la organización social a mujeres de diferentes municipios del Magdalena Medio con el propósito de una consolidar una autonomía económica.

**Palabras claves:** Agroecología, mercado campesino, autonomía económica.

**Abstract:** The Popular Women's Organization (OFP) has always sought to improve the quality of life of women heads of household, victims of armed conflict, domestic violence or those in displacement; creating economic and social planning in a territorial dynamic with a productive and sustainable practice that can provide these women with economic autonomy. With this purpose, the aim is to promote an agroecological strategy that allows these women to produce and offer their products, as well as allowing consumers to benefit from a healthy and good quality product. BAZARTE as an agroecological, sustainable and economic strategy is carried out in Barrancabermeja. This article aims to identify the most relevant aspects of the agroecological market. For this research, qualitative measurement instruments were implemented, divided into five phases that allowed the results to demonstrate the consolidation of work networks between producers. For this, it is important to have an open window with consumers who choose their products as the first option, in addition to the conservation of a fundamental social fabric in our rurality. BAZARTE, without a doubt, is a novel strategy that seeks to support women from different municipalities of Magdalena Medio through social organization with the purpose of consolidating economic autonomy.

**Keywords:** Agroecology, peasant market, economic autonomy.

a. Instituto Universitario de la Paz- UNIPAZ  
b. Instituto Universitario de la Paz- UNIPAZ  
c.. Instituto Universitario de la Paz- UNIPAZ  
d.. Instituto Universitario de la Paz- UNIPAZ  
e. Instituto Universitario de la Paz- UNIPAZ  
† arley.beltran@unipaz.edu.co

## INTRODUCCIÓN

La economía emergente de los países en desarrollo está demarcada, en su mayoría, por el uso y aprovechamiento de los recursos

naturales. (Domínguez, 2014) Las diferentes dinámicas del paisaje rural en Colombia son un reflejo de la falla en los mecanismos de planeación territorial y la expresión de la adaptación de las comunidades locales a los cambios de la economía global y las demandas sociales de las grandes urbes (Andrade et al., 2018). De esta manera, los paisajes rurales del Magdalena Medio colombiano son fuente principal de servicios ecosistémicos de base, de control y de aprovisionamiento (Garzón y Gutiérrez, 2013). Este último es uno de los más importantes para la ruralidad colombiana en temas de proyección y apoyo para su desarrollo.

La planificación económica y social, deberán considerar la dinámica territorial y orientar los lineamientos hacia un desarrollo y aprovechamiento sostenible incluyente (CEPAL, 2019). La región del Magdalena Medio colombiano, demarcado por décadas de conflicto social, ambiental, económico y político, aún no han permitido establecer un equilibrio entre la mirada físico-espacial y la participación social, el involucramiento de la organización social y una construcción deliberada de contenidos colectivos significativos en toda su extensión. Por lo cual, las relaciones entre la productividad, el paisaje y el bienestar humano son aún difíciles de establecer en un arreglo sostenible en las dinámicas colectivas y económicas (Pita, 2016).

La disminución, pérdida o degradación de elementos de los ecosistemas nativos y agroecosistemas como resultado de una demanda excesiva de servicios ecosistémicos producto del crecimiento económico, los cambios demográficos y las elecciones individuales, son los principales generadores directos de cambio en los ecosistemas naturales del Magdalena Medio, identificados en la Política Nacional de Biodiversidad (MADS, 2015). Estos impulsores de cambio disminuyen

de forma decisiva en las proyecciones de la sostenibilidad para la región. Es así como, la transformación histórica del territorio se origina en la existencia de mosaicos de sistemas productivos insostenibles, con distintos grados de degradación y desacoplamiento entre las unidades que ofertan servicios y la demanda social. (Moranchel-Bustos y Carbajal 2019). Esto ha incrementado la desigualdad social, la pobreza estructural y el riesgo de extinción de la biodiversidad regional.

La dinámica socioeconómica de las últimas décadas ha ocasionado el cambio de uso del suelo y el incremento de prácticas agropecuarias insostenibles (Bedoya et al., 2017). Estas dinámicas, aceleran la pérdida de la productividad de los suelos, generan presión sobre la selva húmeda tropical y los sistemas cenagosos mediante la expansión de la frontera agropecuaria y la contaminación de suelos y agua (Garzón y Gutiérrez, 2013). En ese contexto, se hace necesario abordar nuevas formas de desarrollo asociadas directamente con el bienestar social, la justicia ambiental, la soberanía alimentaria y la sostenibilidad ambiental. De esta forma, surgen estrategias de producción como la agroecología, que incorpora ideas sobre un enfoque de la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente; centrada no sólo en la producción sino también en la sostenibilidad ecológica del sistema de producción (Cieza, 2006).

La agroecología propone prácticas agrícolas alternativas y desarrolla agroecosistemas con una mínima dependencia de agroquímicos e insumos energéticos, en circuitos cortos de producción y comercialización que permita acercar el consumidor al productor de alimentos (Gliessman, 2007). Es así como resulta importante conocer nuevas experiencias, que surjan como alternativas de comercialización que favorezcan democratizar

la economía, acercando los consumidores a pequeños productores locales, sin intermediarios, sin explotación para el que produce y sin abusos para el que compra (FAO, 2013).

El BAZARTE, es una de las experiencias más significativas en Barrancabermeja, una de las ciudades más emblemáticas del Magdalena medio. Este espacio está integrado en su mayoría por mujeres, quienes se dedican a la producción y comercialización de variados productos (Artesanías, productos lácteos (yogurt, queso), desinfectantes para el hogar, mieles, mermeladas, Masato y chicha. Lechona, Guayaba, Guanábana, Mafufo Plátano, Maíz, Yuca, cítricos como Naranjas y Limones, Cachama, Bocachico, Moncholo y Ponche, Pollo Criollo y Semicriollo. Huevos criollos). Respondiendo a las necesidades de conformar canales alternativos de comercialización, este grupo de mujeres productoras locales adoptan la estrategia de mercados campesinos, espacio de encuentro de la Organización Femenina Popular (OFP) donde se busca generar vínculos de confianza y permitir prácticas alternativas a la economía del capital desde el trabajo asociativo en el marco de la sustentabilidad integral, el consumo responsable, organizado y la soberanía alimentaria.

La Organización Femenina Popular (OFP), surge a la necesidad que tienen las mujeres del sector nororiental de Barrancabermeja como una propuesta de organización en torno a la superación de la violencia intrafamiliar, el sometimiento y la injusticia social, permitiendo desarrollar procesos que generen en ellas la reivindicación de sus derechos civiles, políticos, económicos, sociales, culturales y civiles. En este sentido la OFP durante 48 años del proceso histórico ha sido un referente organizativo, de empoderamiento y de lucha de las mujeres, generando

estrategias y programas que contribuyen a la justicia social y económica de las mujeres en el Magdalena Medio (OFP, 2021). El BAZARTE puede considerarse una alternativa multiescalar para la transición agroecológica que propende por un cambio en las formas de producir y de comercializar, y que son acompañadas por instituciones de la región como el Instituto Universitario de la Paz, UNIPAZ.

Los Mercados agroecológicos como una alternativa productiva sostenible, refleja las múltiples miradas y direcciones en el proceso evolutivo de la agroecología, desde su perspectiva como sistemas productivos sanos hasta un enfoque sistémico multidimensional dirigido hacia la autonomía alimentaria que desde la transdisciplinariedad se enfoca a la acción, la participación y como acción para la transformación (Gutiérrez et al., 2008). En este contexto, la agroecología, presenta tres dimensiones importantes relacionadas con la ciencia, con la práctica productiva o con los movimientos sociales y políticos del mundo (Cecon, 2008).

Como práctica productiva, la agroecología es tan antigua como el mismo hombre sedentario, en los años 80 toma fuerza con el liderazgo de los movimientos sociales, especialmente en los países de América latina y no solo es una mirada productiva, es la forma de abordar la inclusión social, política y económica, como es la relación del ser humano con la naturaleza. (Acevedo, Martínez, 2016). Por lo tanto, no es solo producir alimentos limpios, sino también comprende la preservación del medio ambiente y liderar la lucha contra el agotamiento de los recursos y el cambio climático (FAO, 2019).

Algunos autores se refieren que la agroecología integra principios ecológicos, productivos, conservadores de los recursos

naturales, culturalmente sensibles y social y económicamente viables (Altieri, 2002). Nos proporciona herramientas para determinar el estado de sostenibilidad de un ecosistema agrícola, o agroecosistema (Gliessman, 2001). E integra todos los elementos que componen un sistema socioecológico y manejarlo de manera adecuada para la gestión sostenible del territorio. De igual forma, contempla como pieza fundamental el diálogo de saberes que busque construir los fundamentos y métodos científicos de una agricultura alternativa (Altieri, 1995), que permita aplicar los principios de la ciencia ecológica al diseño y manejo de agrosistemas sostenibles. Esta búsqueda de sistemas sustentables hace de la agroecología una disciplina de síntesis, aunque la vean como una práctica interdisciplinaria (Altieri y Nicholls, 2000), donde convergen elementos de la agronomía, la ecología, la economía y la sociología (Guzmán-Casado et al., 2000, tomado Toledo, 2005).

El proceso de diálogo de saberes es fundamental para generar procesos de producción en contexto, es decir; que armonice sus costumbres, los conocimientos ancestrales o tradicionales para la producción y las formas de relacionamiento. Así, la agroecología reconoce y valora el conocimiento local (Toledo, 2005) poniéndolo a disposición de las unidades productivas, generando apropiación y satisfacción, lo que aumenta el grado de bienestar social en las comunidades productoras. En el contexto anterior, la agroecología reconoce en la investigación participativa un principio fundamental (Cecon, 2008, Toledo, 2005). La incorporación de los saberes locales y el uso de técnicas o métodos cualitativos para hacer efectivo los conocimientos de las comunidades en el sistema productivo son fundamentales en la investigación agroecológica. El proceso de aprendizaje no solo incorpora los saberes de los productores sino la transición cultural de

los consumidores. (Roldan H., García M., Mier M. 2018).

Los consumidores cumplen un papel fundamental en el desarrollo de sistemas agroecológicos (López- García y Llorente-Sánchez, 2010). Es en los mercados agroecológicos donde se relacionan las dos esferas de la producción. En el desarrollo de sistemas agroecológicos quien compra tiene un interés particular, ya que determina la demanda de los productos y condiciona en muchos de los casos el valor del mismo (Gutiérrez et al., 2008). Por ello, la educación al consumidor es fundamental, se le debe enseñar que el alimento que consume de un mercado agroecológico no es solamente el producto que adquiere, es el resultado de un proceso que tiene un impacto ambiental y socioeconómico (Chaparro-africano y Franco-Chocue, 2020).

## MÉTODOS

El BAZARTE se realiza en el Municipio de Barrancabermeja, ciudad que está ubicada al occidente del departamento de Santander, en el corazón de Colombia en la Margen oriental del Río Magdalena se extiende sobre este gran valle, irrigado por los ríos Sogamoso, La Colorada y Opón, limita al Norte con el municipio de Puerto Wilches; al Sur con los municipios de Puerto Parra y Simacota; al Occidente con el Río Magdalena y al Oriente con el municipio de San Vicente de Chucurí (Alcaldía Municipal de Barrancabermeja, 2016). Barrancabermeja es un punto estratégico en la región del Magdalena Medio y de ahí se extiende a las demás zonas de la región.

El programa BAZARTE se enfoca en el desarrollo de las emprendedoras y sus iniciativas productivas, apoyando la promoción de los procesos de fortalecimiento de la capacidad financiera de las mujeres, sus

familias y sus iniciativas productivas desarrollando un programa de autonomía económica.

## Procedimiento

Con el objetivo de realizar la identificación de los aspectos más relevantes del mercado agroecológico fomentado por la OFP denominado BAZARTE, fueron implementados instrumentos de medición cualitativa. De esta manera, se determinaron cinco fases como se describe a continuación:

**Fase I. Recopilación de información primaria y secundaria:** En esta fase se realizó la selección de los datos haciendo una revisión bibliográfica consultando artículos e investigaciones existentes sobre el tema (esta información es denominada secundaria), a su vez se realizó un acercamiento con entidades locales, organizaciones sociales y la comunidad en general para establecer percepciones y presaberes. La información fue registrada en bases de datos para su posterior análisis con el objetivo de sistematizar la experiencia.

**Fase II. Diálogo con los líderes del mercado agroecológico:** A través de una convocatoria inicial, con actores claves, productores (que a su vez fueran líderes comunitarios), se coteja y diseña una base de datos y se hace un primer acercamiento. Este diálogo permitió definir los productores que se procedieron a entrevistar, siendo estos aquellos que se asociaban más hacia la búsqueda de datos pertinentes para la investigación. Teniendo en cuenta su proceso productivo, el tiempo de desarrollo de su unidad productiva y el compromiso colectivo con la organización social.

**Fase III. Participación como panelista en el 2do Encuentro Regional de Productoras Urbanas y Rurales del Magdalena Medio:** Para la recolección de datos fueron establecidas las

preguntas orientadoras, las cuales fueron mencionadas en el panel. Estas preguntas se relacionan a continuación: (1) ¿Cómo puede contribuir la academia al fortalecimiento de economías alternativas y a los emprendimientos liderados por las mujeres?, (2) ¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los emprendimientos liderados por las mujeres en la región y que alternativas hay para superarlos? Con estas dos preguntas se propone una reflexión frente al papel de la universidad en el territorio y los desafíos del emprendimiento con un enfoque de género. De esta manera, fueron registradas las respuestas de las panelistas y se presenta las conclusiones de esta participación.

**Fase IV. Aplicación de instrumento de consulta a participantes del proceso.** Se realizaron entrevistas a productores y consumidores de los mercados agroecológicos. Estas entrevistas se aplicaron de manera individual:

- **Productores:** Fueron consultados datos personales como: nombre, edad, procedencia, actividad económica principal, edad, género y nivel de educación. De igual forma algunos datos relacionados a la actividad productiva: variedad y cantidad de productos que expenden, de donde provienen estos productos, valores de venta por producto. Finalmente, fueron consultados datos relacionados con la actividad como: cuál es su apreciación del mercado agroecológico y desde cuándo y por qué se vincularon a él, así como sus sugerencias para mejorarlos.

- **Consumidores:** para los consumidores se realizó una encuesta semejante a la anterior con datos personales: nombre, procedencia, actividad económica principal, edad, género, nivel de educación. También fueron consultados datos relacionados con los productos que consume:

¿qué productos adquiere y por qué?, su percepción sobre los precios de los productos, por qué opta por este tipo de mercado, su percepción sobre él y sus recomendaciones.

Fase V. Visita al mercado agroecológico BAZARTE. Con el propósito de analizar la dinámica del mercado a través de la observación (no participante y participante), para obtener información en los siguientes aspectos: la procedencia de los diferentes productores, la variedad de productos a lo que los consumidores tendrán acceso las relaciones generadas entre productores; relación de vecindad y atención al cliente entre productores y consumidores; relación de preferencias entre los consumidores y los productos ofertados, relación consumidores-consumidores, acompañamiento, apoyo, aportes y relación entre productores – instituciones.

## Resultados y Discusiones

Los resultados en el presente trabajo aportaron a la comprensión de la participación de las comunidades en los procesos de producción local y consumo responsable. La información secundaria obtenida permitió entender, de una mejor forma, los procesos organizativos de las comunidades de mujeres en el Magdalena Medio y de las luchas que han liderado. En este orden de ideas se presenta los resultados obtenidos con los diferentes mecanismos de recolección de información.

Apoyo de personas a las actividades de las mujeres

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de información, se evidencio que algunas mujeres agrupadas a la Organización Femenina Popular, (OFP) reciben el apoyo de sus esposos, en actividades como transporte, adecuación del stand de venta y en algunos casos la venta del producto, como lo expresa el

señor Henry Ortiz quien a la pregunta de la apreciación que tiene del mercado agroecológico preciso:

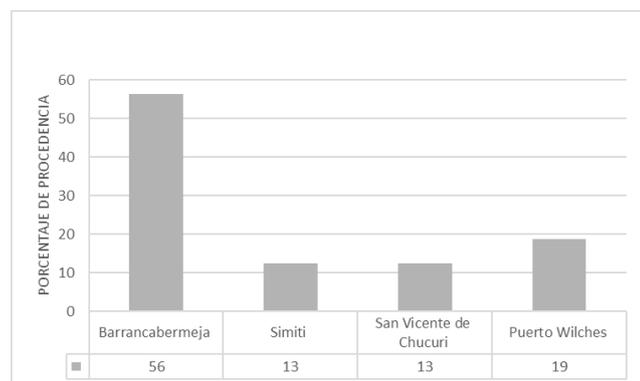
“...las mujeres son las líderes del mercado, mi esposa hace parte de la OFP, ella generó el emprendimiento de pescados, yo le ayudo a traer el pescado para la venta...”.

Por lo anterior, es posible indicar que, a pesar de ser un proceso liderado por mujeres, se convierte en una actividad que integra la familia desde el liderazgo femenino, pero con el apoyo de su núcleo familiar. Según los resultados en las bases de datos el 100% de los productos ofrecidos en este mercado pertenecen a emprendimientos “como ellas lo denominan” generados y atendidos por mujeres. De esta manera Madrid (2000), defiende la idea que los mercados campesinos, con especial atención a los procesos étnicos y agroecológicos, son una de las mejores alternativas alimentarias que pueden tener las ciudades. Si bien, son emprendimientos de mujeres el enfoque familiar presente en estas actividades garantiza la participación en los procesos de recolección, transporte y venta de alimentos a pesar de las largas jornadas de trabajo. Lo que representa un sistema de apoyo familiar en las actividades productivas regionales.

## Origen de los productos

En el BAZARTE se encontró que el origen de los productos varía, con la información de las personas entrevistadas se referenciaron cuatro lugares de procedencia de los productos, principalmente el municipio de Barrancabermeja – Santander. En particular, personas de los corregimientos de Ciénaga del Opón y la Fortuna y productoras de los municipios de Simití – Bolívar, San Vicente de Chucuri y Puerto Wilches. El acercamiento de se realizó con 90 productores de la zona ya mencionada. (Figura 1).

Figura 1. Lugar de Procedencia de los productos.



Fuente: Elaboración propia.

Las participantes de la OFP, en su mayoría son víctimas de las olas de violencia históricas en el Magdalena Medio, especialmente los años más crudos de la violencia de la década de los 90's (Mantilla, 2012). Así mismo, se puede identificar que las productoras son mujeres mayores de 40 años, que poseen parcelas rurales en sus municipios donde desarrollan los emprendimientos agroecológicos. Estos datos son importantes, pues el uso y tenencia de la tierra ha sufrido grandes cambios relacionados al conflicto y la resistencia en los territorios, por parte de sus comunidades (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2016).

### Características sociales de las mujeres

El nivel de educación de las mujeres, fue un tema importante para analizar en los resultados obtenidos en la caracterización social. Según las entrevistas desarrolladas y la información suministrada por la OFP, se puede evidenciar que las mujeres que presentan emprendimientos y que tienen edades mayores a los 50 años en su mayoría estudiaron hasta algún grado de básica primaria y no avanzaron a básica secundaria. Mientras que mujeres que tienen rangos de edades menores terminaron su básica secundaria y algunas accedieron a una técnica laboral (Cuadro 1).

Cuadro 1. Rango de Edad de las Mujeres y grado de escolaridad.

Rango de edad	Escolaridad	Número de mujeres
Mayores de 50 años	Primaria	9
Menores de 50 años	Secundaria y programa técnico	7

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados muestran que las mujeres participantes en estas iniciativas presentan la formación básica para el manejo de los productos, las finanzas de su iniciativa (venta de los productos, gastos y ganancias), y estrategias de comunicación para su agronegocio. Por el rango de edades de las participantes casi la mitad de mujeres ya presentan dificultades para acceder al mercado laboral, sin embargo, algunas de ellas tienen educación complementaria lo que hace que puedan tener oportunidades alternas a el trabajo formal. Es posible que estas iniciativas sean la respuesta a las necesidades laborales de las mujeres en estos rangos de edades. Ofreciendo oportunidades de ingresos a un público más amplio sin límite de edad.

### Características de los productos ofertados

La variedad de los productos encontrados fue muy importante. En su mayoría los productos del mercado BAZARTE, son muestra de la diversidad regional. Se puede encontrar diversas variedades de frutas, verduras, hortalizas, proteínas cárnicas como pescado, pollo criollo o semicriollo, y cerdo. Además, elementos transformados como mieles, mermeladas, accesorios, artesanías, productos de aseo u otros productos locales. La señora Miriam Duarte, Rosario Simanca, Lilibeth Paola Peña, Astrid Helena Lobo Hernández, Paulina

León Navarro y Cecilia González, comercializan en mayor cantidad los siguientes productos agrícolas “...Guayaba, Guanábana, Plátano Mafufo, Maíz, Yuca y cítricos como Naranjas y Limones...”

De los productos pecuarios más ofertados Betsabe Tolosa, Lilibeth Paola Peña, Miriam Duarte, Paulina León Navarro, Cecilia González se encuentran “...pescados: Cachama, Bocachico, Moncholo y Ponche, Pollo Criollo y Semicriollo...”. Dentro del BAZARTE se observa la venta de bebidas tradicionales a base de maíz y arroz, como una forma de procesar y comercializar sus productos agrícolas, y a su vez se mantienen tradiciones antiguas y se reconoce el saber popular, dentro de los procesos productivos. Entre las bebidas comercializadas encontramos la chicha de maíz y el masato que son bebidas fermentadas en panela o azúcar y otras especies como la batata. La diferencia entre las dos es el grado de fermentación que es mayor en la chicha, caso particular de la señora Omaira Ortiz que prepara estas bebidas:

El Masato “...bebida desarrollada a base de arroz, piña y clavitos... y la Chicha “Bebida tradicional a base de maíz”.

La cantidad de productos vendidos en el mercado varía, y está en función de los días en que abre el mercado, ya que este no es frecuente. La OFP organiza entre dos a tres mercados agroecológicos por semestre. En general se observa que debido a la frecuencia de realización del mercado puede estar sujeta a la producción de las participantes, sin embargo, la producción es de baja cantidad lo que dificulta una mayor intensidad en los eventos. Cuando se les pregunta a las productoras sobre cantidades de los productos ofertados las cifras no eran muy exactas. Estas dificultades pueden alterar la oferta de productos y la cantidad ofrecida.

En cuanto a los precios de los productos y las cantidades ofrecidas, los mercados agroecológicos presentan, en su mayoría, diferencias en la presentación y medición de las cantidades de los productos. Mientras que en los mercados comerciales muchos productos son medidos por las unidades de peso (Kg, g, Lb) en los mercados agroecológicos muchas de los productos son medidos por unidades culturales y/o ancestrales ( En el caso del plátano, las productoras ponen a disposición de la comunidad entre cuatro a ocho gajos, en yuca el rango por productoras es de dos a tres arrobas, huevos criollos 100 cartones, de tres a ocho pollos semicriollos, cinco pimpinas de cinco litros de masato y chicha, entre 40 a 150 pescados de diferentes especies.

Es importante mencionar que, a pesar de estar organizadas, comparten algunas estrategias de acción colectiva como el trueque. Es posible que estas dinámicas colectivas sean la causa de que en muchos eventos no se estandaricen los valores de los productos. Esta volatilidad en el precio de los productos puede ser ocasionada por el uso de alimentos e insumos alternativos, alguno que requieren procesamiento previo o insumos que no están disponibles en todo el año, esto genera diferencias en el costo de producción (IICA, 2018).

### **Demandantes de los productos**

En general fue posible observar que los consumidores o las personas que frecuentan este tipo de mercados agroecológicos presentan un nivel de educación básico y avanzado. En su mayoría los consumidores son personas que tienen un mayor grado de sensibilidad las estrategias colectivas, como el consumo responsable y la producción más limpia, entre ellos personal universitario (docentes y estudiantes) y en alguna medida empresarios de la ciudad. En contraste con las productoras que provienen de diferentes

partes del Magdalena Medio, los compradores entrevistados provenían de la ciudad de Barrancabermeja. Además, todos estuvieron en rangos de edad entre 29 y 47 años lo que presenta la proximidad de este tipo de mercados por la población joven.

Dentro de los productos que son más apetecidos se encuentran las verduras y frutas; pero también algunos compradores van por cosas muy específicas como Andrea Ávila quien compra “...accesorios y artesanías...” y Ani Rueda, la cual espera el BAZARTE para adquirir “...plantas de jardinería, ornamentales...”, además, de algunos que van a disfrutar de la gastronomía local que expresan que el BAZARTE ofrece “...la mejor lechona y masato de la ciudad...”. Estos resultados, muestran la diversidad de demanda que puede tener este tipo de mercados, garantizando un sistema más incluyente con oferta de productos que pueden ser un baluarte de la cultura local.

Frente a las motivaciones para comprar en este tipo de mercados, sin duda se encuentra la importancia de consumir sano, fomentar la producción local tradicional y la recuperación de técnicas de cultivo, fomentando no solo el consumo responsable sino la soberanía y la seguridad alimentaria. Asociado a que no se usen agroquímicos, muchos consumidores manifiestan la preferencia de los productos de este tipo de mercado, ya que ofrece una experiencia más saludable en el consumo de los productos.

Así lo expresa Piterbo Barrera que considera el BAZARTE como primera opción porque le genera “...una sensación de comer algo natural, libre de preservativos, son productos completamente orgánicos...”. Sumado a lo anterior, los participantes de estos mercados reconocen el valor agregado al apoyar mujeres emprendedoras, esto se puede observar con las apreciaciones dadas por Astrid Egea “...Se

apoya el emprendimiento femenino y calidad...”, y nuevamente Piterbo Barrera señala “...Es una forma de apoyar las mujeres, la economía femenina popular, estos emprendimientos que generar un beneficio a la sociedad y en especial para ellas...”. Además, que como lo expresa Andrea Ávila “... Se impulsa la economía local, es un mercado alternativo que ofrece productos diferentes a los de un mercado tradicional...”.

Finalmente, todos concuerdan que se deben seguir fortaleciendo estos espacios, principalmente por dos factores; a) porque la región necesita espacios que ofrezcan alimentación sana, mejor procesada, sin intermediarios, accesible y fresca, y b) porque con este mercado, en particular, se genera un valor agregado al apoyar mujeres emprendedoras campesinas, que no solo deben producir, sino que son madres que atienden a sus familias día a día. Por ello, los compradores reconocen la importancia de este espacio y solicitan “...Más apoyo desde el gobierno para que no sea una iniciativa de unas organizaciones, sino que tenga un espacio frecuente en el municipio...” (Piterbo Barrera).

#### Significado del BAZARTE para las mujeres

El BAZARTE representa para estas mujeres la mejor ventana para la venta de sus productos, su libertad económica y equidad social. Así lo expresan las mujeres asociadas a este mercado, como la señora Lilibeth Peña que considera que BazarTE es un “...Espacio muy productivo, porque se valora el trabajo del campesino y sale a relucir todas las mujeres que se esfuerzan por salir adelante...”; así mismo, Betsabe Tolosa considera que es “...Una apuesta económica y solidaria para las mujeres...”, expresando la importancia de este espacio para la

reivindicación laboral y su organización como emprendedoras.

La apuesta debe ser el apoyo continuo a estos procesos, por ello la productora Miriam Duarte expresa que es importante que el “...Gobierno nos ayude...” haciendo alusión a mantener y apoyar el mercado agroecológico y además expresa que el campo requiere de mejores vías de acceso, ya que los “...Campesinos nos sentimos frustrados porque no tenemos vías para sacar nuestros productos y se nos pierde mucho lo que generamos...” lo que representa pérdidas económicas, pero también sociales que permean la actividad productiva de sus emprendimientos.

La percepción que tienen los compradores sobre los productos ofertados en el mercado agroecológico BAZARTE, como lo expresó Ana Julia Oviedo Mejía, mujer de 44 años, ama de casa “...no se pierde el Bazarte...” así como muchos consumidores están pendientes de las fechas y son su primera opción para la compra de verduras y frutas. Así mismo el profesor Piterbo Barrera, expresa que compra en el Bazarte “...verdura, huevos y gallina criolla, cabro, chocolate criollo, café, frijol...”, y que presume de ser cliente fiel de este mercado.

## Conclusiones

El BAZARTE sin duda, es una estrategia novedosa que busca apoyar a través de la organización social a mujeres de diferentes municipios del Magdalena Medio. Este proceso de organización femenina ha llevado a la búsqueda de autonomía económica, en donde las mujeres se vuelvan emprendedoras del campo, así nace el termino Economía Feminista Popular. De allí, surge la agroecología sobre la principal estrategia de producción para estas mujeres, donde a través del desarrollo de agroecosistemas en sus fincas se articula todo un proceso social que va desde la independencia económica, la organización

social, el bienestar colectivo y el uso del conocimiento tradicional en las prácticas productivas (Martínez, 2004).

En ese contexto, BAZARTE no es solo una ventana de oferta de productos agroecológicos que disponen el suministro de alimentación sana, sino que es una estrategia social de desarrollo y gestión del territorio, basada en las cualidades femeninas para organizar y cuidar el entorno y sus familias. La apuesta de BAZARTE apunta a mejorar la sustentabilidad económica y ecológica del agroecosistema o emprendimientos como ellas los describen. Esto, con un sistema de manejo propuesto a tono con la base local de recursos y con una estructura operacional acorde con las condiciones ambientales y socioeconómicas que estas presentan. Esta integración permite inferir sobre la ventaja del desarrollo de estos sistemas de producción basados en la sostenibilidad, el bienestar y el buen vivir.

El camino recorrido por BAZARTE para consolidarse como un mercado agroecológico en el Magdalena Medio es fundamental, ya que han logrado consolidar redes de trabajo entre productores, teniendo una ventana abierta con consumidores que optan como primera opción por sus productos y porque atrás de todo ello se está conservando un tejido social fundamental en nuestra ruralidad. Además, están articuladas en una organización de base social que les permite tejer redes de colaboración interinstitucional y así garantizar la sostenibilidad del mercado. Por lo tanto, se debe seguir avanzando en este camino que permita; crecer como organización social, establecer instituciones o reglas en el mercado que haga una competencia más justa, fortalecer estrategias de intercambio como el trueque con equidad de valores, generar procesos de articulación interinstitucional, conservar el espacio ganado con calidad en sus

productos y fortalecer el tejido social en el campo.

## Agradecimientos

Sea agradece al Instituto Universitario de la Paz – UNIPAZ y la Gobernación de Santander por su financiación a este proyecto. Este producto es resultado del proyecto Diseño de sistemas productivos sostenibles como estrategia de conservación de paisajes rurales degradados en Barrancabermeja, Santander.

## Referencias

Acevedo A., Martínez J. (2016) La agricultura familiar en Colombia. Estudios de caso desde la multifuncionalidad y su aporte a la paz. Colección Investigación en Economía Social y Solidaria, ISSN: 2500-6657. <http://dx.doi.org/10.16925/978-958-760-047-6>.

Alcaldía Municipal de Barrancabermeja (2016). Barrancabermeja en Cifras 2016. Disponible en: <https://Revista-Barrancabermeja-en-Cifras-2016>.

Altieri, M. A. (1995). *Agroecology: the Science of Sustainable Agriculture*. Westview Press 2nd Edition.

Altieri, M. A. (1999). *Agroecología: Bases científicas para una agricultura sustentable*. Editorial Nordan–Comunidad. ISBN (Nordan): 9974-42- 052-0 D.L. 310.232/99.

Altieri, M. A. (2002). *Agroecología: Principios y estrategias para diseñar sistemas agrarios sustentables*. SARANDON, SJ *Agroecología: el camino hacia una agricultura sustentable*. Buenos Aires–La Plata, 49-56.

Altieri, M. A., Nicholls C (2000). *AGROECOLOGÍA Teoría y práctica para una agricultura sustentable* 1a edición. Serie Textos Básicos para la Formación Ambiental. ISBN 968-7913-04-X.

Andrade G. I., M. E. Chaves, G. Corzo y C. Tapia (eds.). 2018. *Transiciones socioecológicas hacia la sostenibilidad. Gestión de la biodiversidad en los procesos de cambio en el territorio continental colombiano. Primera aproximación*. Bogotá: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. 220 p.

Bedoya Garland, Eduardo, Eduardo Aramburú, Carlos, & Burneo, Zulema. (2017). Una agricultura insostenible y la crisis del barbecho: el caso de los agricultores del valle de los ríos Apurímac y Ene, VRAE. *Anthropologica*, 35(38), 211-240. <https://dx.doi.org/http://doi.org/10.18800/anthropologica.201701.008>.

Ceccon, E. (2008). La revolución verde: tragedia en dos actos. *Ciencias* núm 91, julio-septiembre, 20- 29. <https://doi.org/10.5377/ribcc.v4i8.6717>.

Centro Nacional de Memoria Histórica (2016). *Tierras y conflictos rurales Historia, políticas agrarias y protagonistas*. ISBN: 978-958-8944- 30-2. Disponible en: <https://centrodememoriahistorica.gov.co/wp-content/uploads/2020/01/tierras-y-conflictos-rurales.pdf>

Cieza, R (2006). *Rescatando el potencial agroecológico en la Cuenca del Salado*. *Theomai*, (13), 0. [Fecha de Consulta 7 de Julio de 2021]. ISSN: 1666-2830. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12401308>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Planificación para el desarrollo territorial sostenible en América Latina y el Caribe (LC/CRP.17/3)*, Santiago.

Chaparro-Africano, A. M. y Franco-Chocue, L. M.. (2020). Consumidores y consumo de productos agroecológicos en los Integrantes de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá, Región – RMABR. *Cooperativismo & Desarrollo*, 28(117), 1-36. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.04>.

Garzón Yepes, N. V., & Gutiérrez, J. C. (2013). Deterioro de humedales en el Magdalena medio: Un llamado para su conservación. Bogotá, D.C., Colombia: Fundación Alma - Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt.

Gliessman S R. 2001. Agroecología: Procesos Ecológicos en Agricultura Sostenible. CATIE, Turrialba.

Gliessman, S. R. 2007. Agroecology. The Ecology of Sustainable Food Systems. 2nd ed. CRS Press, Boca Raton. 384 p.

Gutiérrez Cedillo, Jesús Gastón, Aguilera Gómez, Luis Isaac, & González Esquivel, Carlos Ernesto. (2008). Agroecología y sustentabilidad. *Convergencia*, 15(46), 51-87. Recuperado en 30 de junio de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S140514352008000100004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S140514352008000100004&lng=es&tlng=es).

Guzmán-Casado, G., E. Sevilla & M. (2000).

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2018, Manual 5: El Mercado y La Comercialización por IICA se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir igual 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO). Disponible en: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

López García D. y Llorente Sánchez M. (2010). La Agroecología: hacia un nuevo modelo agrario. *Ecologistas en Acción*. Marqués de Leganés 12, 28004 Madrid ISBN: 978-84-936785-2-4.

Madrid, M. (2000). Llevo el campo cuatro historias detrás de los mercados campesinos de Bogotá. Recuperado de <https://www.dejusticia.org/llevoelcampo-cuatro-historias-detras-de-los-mercados-campesinos-de-bogota/>

MADS. Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible. 2015. Política nacional para la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios ecosistémicos (PNGIBSE). República de Colombia. 128 pp.

Mantilla Valbuena, Silvia. (2012). Economía y conflicto armado en Colombia: los efectos de la globalización en la transformación de la guerra. *Latinoamérica. Revista de estudios Latinoamericanos*, (55), 35-73. Recuperado en 08 de julio de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-85742012000200003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-85742012000200003&lng=es&tlng=es)

Toledo, V. M. (2005). La memoria tradicional: la importancia agroecológica de los saberes locales. Recuperado de <https://www.leisa-al.org/web/index.php/volumen-20-numero-4/2073>.

Martínez, R (2004). Fundamentos culturales, sociales y económicos de la agroecología. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, I –II (103-104), 93-102. Fecha de Consulta 7 de Julio de 2021. ISSN: 0482-5276.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310407>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2013). *Agricultura Familiar y Acceso a los Mercados*.

Memoria del Seminario-Taller realizado por la Oficina Sub-regional de FAO para Mesoamérica. Ciudad de Panamá. E-ISBN 978-92-5-307947-6 (PDF). Disponible en: <http://www.fao.org/3/i3464s/i3464s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2019). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación. Progresos en la lucha contra la pérdida y el desperdicio de alimentos*. Roma. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. ISBN 978-92-5-131854-6, Disponible en: <http://www.fao.org/3/ca6030es/ca6030es.pdf>.

Organización Femenina Popular (OFP). (2021). *Quiénes somos*. <http://organizacionfemeninapopular.blogspot.com/p/inicio.html>

Pita, R. (2016). Colonización, conflicto y cultura en la región del Magdalena Medio: entre la diversidad y la estigmatización. *REVISTA TEMAS*, 3(10), 65 - 80.

Roldan H., García M., Mier M. (2018), Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación, *Cuadernos de Desarrollo Rural*, vol. 15, núm. 82, 2018. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr15-82.mlam>.