

POLÍTICA PÚBLICA EN LA PANDEMIA DESDE LA ECONOMÍA SOLIDARIA: CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN-C.C.C. EN COLOMBIA (2020-2021)

PUBLIC POLICY IN THE PANDEMIC FROM THE SOLIDARITY ECONOMY: SHORT MARKETING CIRCUITS-C.C.C. IN COLOMBIA (2020-2021)

Garzón Olaya, Beatriz¹; Barbosa Pérez, Ehyder Mario²;
Gómez Rodríguez, Dustin Tahisin³;

¹Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias

Email: bgarzon@uaeos.gov.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1333-6489>

²Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias

Email: ehyder.barbosa@uaeos.gov.co ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5105-4496>

³Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias

Email: dustin.gomez@uaeos.gov.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5359-2300>

DOI: <https://doi.org/10.5377/aes.v3i1.14287>

Recibido 12/03/22 – Aceptado 25/04/22

Resumen

El objetivo general del artículo es caracterizar la estrategia denominada Circuitos Cortos de Comercialización (C.C.C.) en el territorio y las territorialidades colombianas, como un enfoque de política pública para contrarrestar los efectos de la pandemia en el período 2020-2021, fortaleciendo así la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria desde la economía solidaria. La metodología es de corte cualitativo. En un primer momento se realiza una revisión documental por matrices para identificar asimetrías y simetrías entre los autores. En un segundo momento se complementa con la información de las fases de promoción y fortalecimiento de los Mercados Campesinos Solidarios (C.M.S.) y las Compras Públicas Locales (C.P.L.) promovidas por la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS), entidad rectora de la economía solidaria en el Estado colombiano. La principal conclusión es que los Circuitos Cortos de Comercialización son una alternativa viable para la inclusión y empoderamiento de la Agricultura Familiar en diferentes mercados, en virtud de que promueve la producción asociada, sostenible, propia y justa. Sus diferentes modalidades de venta contribuyen en la promoción del acceso de las organizaciones solidarias. En particular, los M.S. y las C.P.L. han sido política pública del Estado colombiano, que desde la economía solidaria ha coadyuvado a enfrentar los efectos adversos de la pandemia.

Palabras Clave: Agricultura familiar, cadenas de valor, covid-19, economía solidaria.

Abstract

The general objective of the article is to characterize the strategy called Short Marketing Circuits (C.C.C.) in the Colombian territory and territorialities, as a public policy approach to counteract the effects of the pandemic in the period 2020-2021, by strengthening Family and Community Peasant Agriculture from the solidarity economy. The methodology is qualitative. Firstly, a documentary review is carried out using matrices to identify asymmetries and symmetries between the authors. Secondly, it is complemented by information on the phases of promotion and strengthening of the Solidarity Peasant Markets (C.M.S.) and Local Public Purchases (L.P.P.) promoted by the Special Administrative Unit of Solidarity Organizations (UEOS), the governing body of the solidarity economy in the Colombian State. The main conclusion is that the Short Marketing Circuits are a viable alternative for the inclusion and empowerment of Family Farming in different markets, by virtue of the fact that it promotes associated, sustainable, own and fair production. Its different sales modalities contribute to the promotion of access for solidarity organizations. In particular, the M.S. and the C.P.L. have been public policy of the Colombian State, which from the solidarity economy has helped to face the adverse effects of the pandemic.

Keywords: family farming, value chains, covid-19, solidarity economy.

Autor por correspondencia: dustin.gomez@uaeos.gov.co (Gómez Rodríguez, Dustin Tahisin)

Forma sugerida de citación: Garzón, B., Barbosa, E. y Gómez, D. (2022). Política pública en la pandemia desde la economía solidaria: circuitos cortos de comercialización-C.C.C. en Colombia (2020-2021). *Apuntes de Economía y Sociedad, UNAN - León, Vol N.° 3 (1) (enero-junio 2022)*. pp. 25-36. DOI: <https://doi.org/10.5377/aes.v3i1.14287>

Copyright © Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León (UNAN-León)

Conflicto de intereses: Los autores han declarado que no existen ningún conflicto de interés.

I- Introducción

En el año 2019, la economía colombiana exhibía, en promedio indicadores de recuperación bajo un contexto claro sobre las expectativas de inflación, una mejora de la demanda interna y de los canales de inversión. Ejemplo de ello es que para este año, en comparación con el 2018, el PIB creció 0.8 puntos porcentuales. El crecimiento económico proviene de la economía convencional resiliente, lo que derivó en que descendieran la pobreza y la informalidad. Se proyectaba que para 2020, año de pandemia, se equilibrarían las políticas macroeconómicas del país, así como se dependería de la volatilidad financiera que experimentaban algunos mercados emergentes y de la deuda soberana que siguiera la trayectoria de decrecimiento. No obstante, se identificó también que los programas sociales y las excepciones de impuestos promulgadas por el gobierno, en promedio no contribuían con impulsar la equidad y la productividad del país, índice que desde la perspectiva laboral seguía siendo bajo, al igual que la apertura comercial. Los costos de exportación cada vez eran más elevados, poco apoyo a la Inversión + Desarrollo y menor desarrollo en comparación con otros países al acceso de la financiación (Gómez y Velasco, 2021; Gómez, Velasco y Rincón, 2021; Organisation for Economic Co-operation and Development OECD, 2019; Asociación Nacional de Industriales ANDI, 2019; ASOBANCARIA, 2019).

Para el año 2020, las variables macro y microeconómicas cambiaron radicalmente, el tejido de la sociedad colombiana y del mundo se resquebrajó por la irrupción del covid-19 (Barbosa, Gómez y Téllez, 2021; Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO, 2020; Superintendencia de Sociedades, 2020). Los indicadores socioeconómicos al finalizar el año fueron en promedio negativos, así como se acrecentaron los problemas desde lo económico, político y social (Martínez et al., 2020, UNICEF, 2020; CEPAL, 2019; Kalmanovitz, 2019). Por consiguiente, fueron y son necesarias estrategias que busquen reactivar la economía y contribuyan en resarcir el resquebrajado tejido social.

Una de esas estrategias que ha utilizado y sigue desarrollando el Estado colombiano es el enfoque denominado Circuitos Cortos de Comercialización (C.C.C.), avalado por la Food and Agriculture Organization (FAO) y en cabeza de la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS), entidad adscrita al Ministerio de Trabajo que tiene como misión diseñar, adoptar, dirigir e implementar planes, programas y proyectos para el fomento de emprendimientos asociativos solidarios autosostenibles orientados al desarrollo integral del ser humano (Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, 2020).

Los C.C.C. buscan, entre otros objetivos, intervenir los Sistemas Alimentarios Territoriales (SAT), para construir confianza entre los agentes económicos y actores sociales al promover la equidad de género, la sostenibilidad ambiental, el comercio justo, el desarrollo territorial y la inclusión de la Agricultura Familiar (AF). En el mismo sentido, los C.C.C. son estrategias de producción de bienes y servicios que buscan proteger la seguridad alimentaria de los grupos sociales cuando estos integran las cadenas de valor locales para así eliminar la intermediación entre el productor y el consumidor final (Barbosa, Rojas y Gómez, 2021; Rendón y Gómez, 2020; Saravia, 2020; FAO, 2019).

El presente escrito tiene como objetivo general caracterizar la estrategia denominada C.C.C. en el territorio y las territorialidades colombianas como un enfoque de política pública para contrarrestar los efectos de la pandemia en el período 2020-2021, y contribuir en el fortalecimiento de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria desde la economía solidaria. La hipótesis central es que los C.C.C. han sido una apuesta de política pública fructífera, que ha contribuido con el empoderamiento de los territorios y las territorialidades, posibilitando la reactivación de la economía colombiana antes y durante la pandemia, contrarrestando las asimetrías que esta ha generado en el aparato productivo y social.

El artículo se divide en la presente introducción. Continúa con el marco teórico en el que se describe: ¿Qué son? y ¿Qué características tienen los C.C.C. en Colombia? Prosigue con la metodología de corte cualitativo y los resultados de los métodos e instrumentos utilizados a diciembre de 2021. Termina con la discusión en la que se contrastan los resultados con la literatura especializada para finalizar con unas breves conclusiones.

II- Planteamiento teórico

Circuitos Cortos de Comercialización – C.C.C.

Los C.C.C son estrategias avaladas por la FAO y la UAEOS para reducir la intermediación entre productores rurales de alimentos derivados y el consumidor final, sin negar que existen relaciones rural-rural, urbano-urbano. Los C.C.C. se construyen además por tres variables. Por un lado, lo económico, que se basa en la nula intermediación entre productor y consumidor final. En segundo lugar, lo geográfico, que se sostiene desde la cercanía territorial de la compra y venta de

productos agropecuarios y en tercer lugar lo social, que tiene como pivote el fortalecimiento y la confianza del capital social (Gómez, Barbosa y Laverde, 2022; FAO, 2016; López, 2012). En promedio, hay tres clases o tipos utilizados para fomentar y promocionar los C.C.C.:

Face to Face (Cara a Cara)

Consiste en la compra directa del consumidor al productor. Concuerda con la definición de venta directa en tiendas, carreteras, mercados de agricultores, comercio electrónico (Rodríguez, Laverde, y Pérez, 2021).

Circuitos de proximidad

Su fundamento principal son las relaciones de proximidad, no la venta directa. Propicia redes de comercio espacialmente cercanas, donde los productos se venden en la región de producción, y los posibles consumidores comprenden la naturaleza "local" del producto. Esta clase de C.C.C. se puede identificar en ferias regionales, eventos y en ocasiones utiliza intermediación mucho menor que otras cadenas de valor, pero incluso es posible que los haya desde el orden de la cadena agroalimentaria.

Circuitos extendidos

Se trata de la comercialización que no tiene el tipo *Face to Face* y tampoco proximidad, sino que son ventas de productos que generan al comprador experiencia del territorio de donde proviene el producto. Esta clase de C.C.C. busca que el consumidor final establezca relacionamiento con el lugar de producción, con los valores del vendedor y los métodos de producción (Rodríguez, Laverde y Pérez, 2021; FAO y CEPAL, 2021; UAEOS, 2020m; Rentings, Marsden y Banks, 2003).

Estrategias de ventas en los C.C.C.

Venta directa: Compras públicas.
 Venta en centro de producción.
 Venta directa por medio de ferias locales.
 Venta en unidades pequeñas económicas, tiendas.
 Venta por medio del comercio electrónico.
 Venta por fuera de la región.
 Consumo directo en el centro de producción (CEPAL, FAO y IICA, 2014).

Desde el Estado colombiano se han promovido y continúan fomentando los C.C.C. desde entidades como la UAEOS. Los C.C.C. se entienden desde dos modalidades: Mercados Campesinos Solidarios (M.C.S.) y Compras Públicas Locales (C.P.L.) (Barbosa y Gómez, 2021).

Mercados Campesinos Solidarios – M.C.S.

Los M.C.S. son canales alternativos y directos de venta de productos agropecuarios que tienen como objetivo el intercambio entre consumidor final y vendedor, no solo de productos sino también de experiencias de vida. Para poder desarrollarlos, la UAEOS trabaja de manera articulada con instituciones locales como alcaldías, gobernaciones, entidades privadas y pequeños vendedores locales, contribuyendo entre todos los interesados con la logística de transporte de recolección del producto, protocolos de bioseguridad, publicidad, redes de distribución de mercados a lo urbano y centros de acopio (UAEOS, 2020b; 2020k; 2020j; 2020n; Crespo y Sabin, 2014).

Compras Públicas Locales – C.P.L.

Las C.P.L. consisten en la compra de alimentos ofertados por la Agricultura Familiar, cuyo origen se geolocaliza en el mismo ámbito de consumo por parte de entes territoriales (UAEOS, 2020c; 2020d; FAO, 2017). El Estado colombiano, por medio de la Ley 2046 del 6 de agosto de 2020, fomenta las C.P.L. con una norma que expresa: "Por la cual se establecen mecanismos para promover la participación de pequeños productores locales agropecuarios y de la Agricultura Familiar en los mercados de compras públicas de alimentos". En términos generales, las C.P.L. buscan apoyar el desarrollo productivo local. Se enfoca en pequeños productores agropecuarios, el fortalecimiento de la seguridad alimentaria y de las economías locales (Rodríguez, Laverde y Pérez, 2021).

III- Metodología

La metodología es de corte cualitativo y el método es de revisión documental por medio de una matriz de recolección de información, que busca identificar las convergencias y divergencias de los autores identificados. La ventana de observación comprende el período entre el año 2018 al 2021, en bases de datos reconocidas nacional e internacionalmente por medio de una ecuación de búsqueda de la categoría “Circuitos Cortos de Comercialización” (Gómez, Aldana y Rodríguez, 2021; Barbosa, Vargas y Gómez, 2020; Gómez, Ramos y Carranza, 2016).

De igual manera, en una segunda instancia y a modo de complemento se utilizaron los instrumentos avalados por la UAEOS para la construcción, fomento y promoción de los C.C.C., en aras de recopilar mayor información cualitativa. En efecto, estos instrumentos tienen en cuenta las características socioeconómicas, sociopolíticas y sociojurídicas de los territorios y las territorialidades en Colombia en relación con las sugerencias de la FAO (FAO, 2019; DNP, 2018; CEPAL, 2016; Cárdenas y Vallejo, 2016). A continuación se presentan los métodos utilizados:

Instrumentos utilizados por la UAEOS

Construcción de C.C.C.

Primera etapa

Mapeo y diagnóstico de flujos económicos y cadenas productivas.
 Demanda de consumo.
 Flujos de valores.
 Actividades productivas.
 Recursos del ecosistema.

Segunda etapa

Atender demandas locales y externas al territorio
 Economía de *escopo*, de escala y de velocidad.
 Generación de trabajo e ingreso.

Tercera etapa

Reorganización de cadenas productivas
 Fortalecer e incrementar los flujos económicos en el territorio.
 Solamente justo y ecológicamente sustentable.

Etapa cuatro

Integración de finanzas producción comercialización y consumo solidario.
 Círculo virtuoso en donde el consumo y crédito realimentan el comercio y la producción.

Etapa cinco

Redes de economía solidaria.
 Articulación estratégica de emprendimiento y consumidores: flujos de información, productos, insumos y valores.
 Logística solidaria.

Fases de los procesos de comercialización de las organizaciones solidarias

Fase A

Planeación del Mercado Campesino.

Fase B

Organización y formalización del Mercado Campesino.

Fase C

Implementación del Mercado Campesino.

Fase D

Evaluación del Mercado Campesino (esta última es la que se va a reflejar en los resultados del documento) (Vargas y Sánchez-Álvarez, 2020; UAEOS; 2020e; 2020f; 2020g; 2020ñ; Cueto, Arboleda, Zabala y Echeverry, 2018; Craviotti y Soleno, 2016).

Compras Públicas Locales – C.P.L.

Paso 1. Oferta de la Agricultura Familiar y demanda institucional local

La Demanda.

La Oferta.

Articulación de Oferta y Demanda Local.

Paso 2. Ajustar minutas de alimentos a la producción y los hábitos de consumo y la producción local

Paso 3. Vinculación de la Agricultura Familiar como proveedor de alimentos

Promover el rol de las Organizaciones de la Agricultura Familiar como proveedores locales de alimentos.

Esquemas de contratación favorables.

Paso 4. Articulación de actores locales

Espacios municipales para la promoción de las compras públicas: el Compos (Consejo Municipal de Políticas Social).

Paso 5. Asociatividad y acompañamiento técnico para la Agricultura Familiar

(FAO, 2017b; 2015; ICBF, 2015).

IV- Resultados

La Agricultura Familiar (A.F.) es “una categoría social y una construcción política reciente” (Schneider y Escher, 2012, p.12). Es un sistema de producción con connotaciones sociales y simbólicas de las familias y las comunidades indígenas, raizales, y campesinas en las zonas rurales; además, son un punto neurálgico en la soberanía alimentaria y saludable a nivel de América Latina y el Caribe. Los datos cuantitativos muestran que en ambas regiones la Agricultura Familiar representa el 81% de las explotaciones agrícolas, desde los países refleja un 27 al 67% del total de la producción alimentaria, así como entre el 12% al 67% de la superficie agropecuaria, generando a su vez, en términos de empleo agrícola, entre el 57% al 77% (CEPAL, FAO y IICA; 2014; Leporati, Salcedo, Jara, Boero y Muñoz, 2014).

En promedio, los productos vendidos por la A.F. son frescos, forman parte de la materia prima de la industria o son consumidos por las familias. De igual manera, la venta de los productos se efectúa en ferias, mercados o centrales mayoristas de abastos. Antes de la pandemia, la A.F. ya presentaba problemas como la falta de vías de acceso para sacar sus productos, limitantes para obtener créditos, intermediación o comisionistas que esgrimen sus condiciones de compra junto con la caída de indicadores socioeconómicos ocasionados por la pandemia (Santos, Rodríguez, Rodríguez, Tribín y Gómez, 2019; Min Agricultura, ADR, Gobierno de Colombia y EU, 2017; FAO, 2017; CEPAL, 2016). A continuación se muestran los datos de los Circuitos Cortos de Comercialización (C.C.C.) en Colombia entre los años 2020 y 2021, con corte el 10 diciembre. Se inician con Compras Públicas Locales (C.P.L.) y terminan con Mercados Campesinos Solidarios (M.C.S.).

Compras Públicas Locales – C.P.L.

La Estrategia de Compras Públicas Locales (C.P.L.) se potencializa en Colombia en el período de pandemia. Comenzó en el año 2016 con una cobertura en 32 departamentos, generando ingresos para las organizaciones por un valor mayor a 4.100 millones de pesos provenientes de la fase 4 presentada en el método. Las C.P.L. dinamizan la economía local de los territorios y las territorialidades, en virtud de que partir de una oferta de bienes, alimentos y servicios las organizaciones solidarias se convierten en proveedores de los programas sociales del Estado donde ambas parten ganan. Las organizaciones solidarias conciben la venta sin intermediarios y, por el lado estatal, cuando estas reciben productos agropecuarios locales mejoran la calidad y obtienen también un mejor precio, en el que ambas se suscriben en un comercio justo (UAEOS, 2020h; 2020i, 2021).

Tabla 1.
Compras Públicas Locales en pandemia

Años	2016-2020	2021
Valor de los acuerdos	\$35,670,000,000	\$5,459,435,097
Operadores	1491	282
Organizaciones participantes	1300	200
Acuerdos firmados	495	372
Departamentos	32	11

Fuente: cálculos propios con datos de la UAEOS (2020-2021).

Las C.P.L. han sido una estrategia que ha facilitado el fomento de organizaciones de economía solidaria con doscientas en el año 2021, que equivalen al 13% del total entre el 2016 al 2021, así como en el comercio justo, en virtud de que para el año 2021 facturó un 15,3% en el mismo período. De igual forma, las C.P.L. promueven el consumo responsable en articulación interinstitucional y fortalecen la asociatividad, el empoderamiento de la comunidad con enfoque de género y étnico (UAEOS, 2020L; Amézaga, Rodríguez, Núñez y Herrera, 2013).

Tabla 2.
Mercados Campesinos en pandemia

Años	2020	2021
Valor Comercializado	\$4,140,100,190	\$2,123,120,423
Mercados Entregados	47686	38011
Organizaciones participantes	352	1717
Familias beneficiadas	16615	60.000
Departamentos	14	22

Fuente: cálculos propios con datos de la UAEOS (2020-2021).

Esta estrategia derivada de los C.C.C. fue una iniciativa que surgió como mecanismo de apoyo a la Agricultura Familiar para contrarrestar los efectos de la pandemia. Entre ellos, el confinamiento que fue dispuesto en el año 2020 por parte del Estado colombiano. En particular, la estrategia permitió la venta indirecta de más de 85.000 mil mercados con productos frescos y de excelente calidad que benefició y beneficia a los productores locales con la venta directa de sus cosechas desde la óptica de los precios justos y sin intermediarios (UAEOS, 2021; Laverde, Almanza, Gómez y Serrano, 2020; Rodríguez et al., 2021; Osorio, 2017).

El fomento de las organizaciones solidarias, y en este caso puntual de los C.C.C., promocionada por las UAEOS va en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”. Especialmente, en el artículo 165 que habla sobre el fortalecimiento empresarial de las organizaciones solidarias, y que a su vez se articula con la Ley 454 de 1998, que comprende un énfasis en la economía solidaria rural y campesina. Precisamente, dicho andamiaje jurídico, entre otras variables, ha contribuido con el aumento en el número de organizaciones solidarias, dado que en el 2020 fueron 1044 y en el 2021 eran más del doble con 2410, así como también creció el número de municipios donde se adelantaron procesos de fomento, pasando en el mismo período de 112 a 157. En particular, los datos de organizaciones beneficiadas por la UAEOS en el período de la pandemia van en aumento en relación con la creación y fortalecimiento de los C.P.L, los M.C.S. y los Organismos de Acción Comunal (O.A.C.) (UAEOS, 2021a; 2021d; 2021e; 2021f, 2021, 2017).

Tabla 3.
Número de organizaciones solidarias beneficiadas por la UAEOS: C.P.L., M.C.S. y O.A.C.

AÑO	2020	2021
Creadas	17	63
Fortalecidas	17	319
Total, de organizaciones	227	382
Beneficiados directos	5113	7917
Beneficiados indirectos	15428	24159

Fuente: cálculos propios con datos de la UAEOS (2020-2021).

Para el año 2020 se fomentó este tipo de estrategia en 27 departamentos, en el 2021 en 24, como una forma de contribuir con la construcción de la paz y de la reactivación económica y dada las características de los C.C.C. el 31% de los fomentos son liderados por mujeres (Gómez, Barbosa y Merchán, 2021; UAEOS, 2021b; 2021c).

Para terminar este apartado, los Circuitos Cortos de Comercialización son parte neurálgica de las estrategias de sostenibilidad de la UAEOS, que cubre cada una de las etapas de la producción alimentaria. No obstante, en la pandemia también se utilizaron las TIC por medio de los mercados campesinos virtuales y tuvo como lema: “del campo a la mesa”. En efecto, el trabajo de articulación interinstitucional en los territorios y las territorialidades son vitales para el éxito de las intervenciones en la Agricultura Familiar, en virtud de la optimización de los recursos financieros, técnicos y sociales (UAEOS y CIRIEC, 2018; Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

V- Discusión

La asociatividad, pivote de los C.C.C., contribuye en la resiliencia y la adaptación de los agentes económicos frente a los efectos adversos de la pandemia. En particular, la asociatividad fortalece la sostenibilidad financiera de la A.F., gracias a que ofrece una oportunidad en la cimentación de capital social de los sectores rurales y el desarrollo de economías de escala de estos grupos sociales. Ello conlleva al mejoramiento paulatino de la capacidad productiva, técnica, competitiva y a la salida de sus productos al mercado (UAEOS, 2021a; CEPAL, 2016; CEPAL, FAO, y IICA, 2014^a, 2014b), tal como se pudo identificar en los resultados del presente artículo.

De la misma manera, el artículo concuerda con (CONPES 4051, 2021; Meyer, 2020; Dávila, Vargas, Blanco, Roa, Cáceres y Vargas, 2018), cuando estos exponen las virtudes de la economía solidaria como reconfigurado del tejido social y del aparato productivo, especialmente en el desarrollo de los C.C.C. En realidad, los C.C.C. contribuyen a forjar sistemas territoriales de suministro de alimentario eficientes, que acogen estrategias incluyentes para la A.F., que a su vez son justas para los vendedores y compradores finales teniendo como derrotero las asimetrías en el acceso de los mercados, con relevancia para las mujeres rurales, etnias o las características propias de los territorios. Los C.C.C. también animan la comercialización de productos agropecuarios locales, reducen las pérdidas, los desperdicios de alimentos y a corto plazo son amigables con el medio ambiente (FAO, 2017a).

La Agricultura Familiar en tiempos de pandemia se debilita aún más debido a las asimetrías de esta (Bárcena, 2020). No obstante, la estrategia de los C.C.C. son un enfoque ideal desde la perspectiva de la relación urbano-rural, ya que promueve la agroindustria local, dinamiza e incluye los territorios rurales, el comercio justo de los alimentos, mejores ingresos para los campesinos y sin intermediación (Castillo, 2020; Bouche y Riveros-Cañas, 2017; Contreras, Paredes y Turbay, 2017).

VI- Conclusiones

Los Circuitos Cortos de Comercialización (C.C.C.) son una alternativa viable para la inclusión y empoderamiento de la Agricultura Familiar en diferentes mercados, gracias a que promueven la producción asociada, sostenible, propia y justa. Sus diferentes modalidades de venta contribuyen en tener un amplio espectro para promocionar el acceso de las organizaciones solidarias. En particular, los M.C.S. y las C.P.L. han sido política pública del Estado colombiano desde la economía solidaria que ha coadyuvado a enfrentar los efectos adversos de la pandemia.

Entre las bondades identificadas en el territorio de Colombia frente al desarrollo de los C.C.C. se pueden encontrar que incentivan la asociatividad de la Agricultura Familiar, contribuyen en reducir barreras y brechas que promueven procesos más equitativos e incluyentes. De igual modo, contribuyen a no depender de intermediarios o comerciantes minoristas, a poder proyectar a corto y mediano plazo las posibles necesidades del cliente, a interactuar con el consumidor –lo que favorece la comercialización directa–, a la confianza y autenticidad de poder ofertar el portafolio, a reducir los precios de los bienes –en virtud de que se limitan los tiempos y logística–, a disminuir el CO₂, a fomentar la cosecha y producción de tradiciones y culturas milenarias.

Los C.C.C aportan a la producción y a la comercialización local de alimentos de la agricultura campesina familiar y comunitaria, fortaleciendo a su vez los procesos de desarrollo local y territorial. Al ser una estrategia enmarcada en la economía solidaria promueve la cooperación, la responsabilidad, la equidad, la transparencia, la honestidad, el ser humano como pivote antes que los medios de producción, el servicio a la comunidad, la autonomía, la autogobernación que son valores de la economía solidaria.

VII- Referencia

- Alcaldía de Bogotá (2011). *Economía campesina, soberanía y seguridad alimentarias. La experiencia de Mercados Campesinos en Bogotá y la Región Central de Colombia*. Alcaldía de Bogotá. Documento institucional. Recuperado de http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/mercadoscampesinos.pdf
- Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., y Herrera, M. (2013). Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa. San Salvador: IICA. Recuperado de <http://repositorio.iica.int/handle/11324/2621>
- ANDI (2019). *Colombia: Balance 2019 y Perspectivas 2020*. ANDI. Recuperado de <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%202019%20y%20Perspectivas%202020%20-%20VF.pdf>
- Asobancaria (2019). *Semana Económica 2019. Edición 1201*. Recuperado de https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/semana-economica-edicion-1201_min.pdf
- Barbosa, E., y Gómez, D. (2021). Economía solidaria y construcción de paz. *Revista Sur*. Recuperado de <https://www.sur.org.co/economia-solidaria-y-construccion-de-paz/>
- Barbosa, E., Gómez, D., y Téllez, C. (2021). Logística e internacionalización de las empresas antes y durante la pandemia del Covid-19. Breve revisión de literatura especializada. *Ciencia, Economía y Negocios*, 5(1), 71-96. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2021.v5i1.pp71-96>
- Barbosa, E., Rojas, J., y Gómez, D. (2021). Prueba piloto del Plan Nacional de Fomento de la Economía Solidaria y Cooperativa Rural - PLANFES. Estudio del caso del municipio de San Antero, Córdoba, Colombia. *Otra economía: Revista Latinoamericana de Economía Social y Solidaria*. 14(25), 77-94. <https://revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14924>
- Barbosa, E., Vargas, H., y Gómez, D. (2020). Breve estudio bibliométrico sobre economía solidaria. *Cooperativismo y Desarrollo*, 28(118), 1-20. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.03.05>
- Boucher, F., y Riveros R. (2017). Dinamización económica incluyente de los territorios rurales: alternativas desde los Sistemas Agroalimentarios Localizados y los Circuitos Cortos de Comercialización. *Estudios Latinoamericanos, Nueva Época*, 40, 39-45. <http://dx.doi.org/10.22201/cela.24484946e.2017.40.61580>
- Cárdenas, D., y Vallejo, C. (2016). Agricultura y desarrollo rural en Colombia 2011-2013: una aproximación. *Apuntes de Cenes*, 35(62), 87-123. <https://doi.org/10.19053/22565779.4411>
- Castillo, P. (2020). Circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos en Quito, Ecuador: Cooperativa Sur Siendo Redes y Sabores. *Revista Verde de Agroecología e Desenvolvimento Sustentável*, 15(3), 284-291. <http://dx.doi.org/10.18378/rvads.v15i3.7513>
- Contreras, J., Paredes, M., y Turbay, S. (2017). Circuitos cortos de comercialización agroecológica en el Ecuador. *Idesia (Arica)*, 35(3), 71-80. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292017005000302>
- CEPAL (2019). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Panorama Social de América Latina 2019. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44969-panorama-social-america-latina-2019>
- CEPAL (2014). Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Serie seminarios y conferencias, N°. 77. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/36832-agricultura-familiar-circuitos-cortos-nuevos-esquemas-produccion>
- CEPAL (2016). Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana. Santiago. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40688-encadenamientos-productivos-circuitos-cortos-innovaciones-esquemas-produccion>

- CEPAL, FAO y IICA (2014a). Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. Santiago. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/37152-fomento-circuitos-cortos-como-alternativa-la-promocion-la-agricultura-familiar>
- CEPAL, FAO, y IICA (2014b). Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe, 2014 San José, Costa Rica: CEPAL, FAO, IICA. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/37136-perspectivas-la-agricultura-desarrollo-rural-americas-mirada-america-latina>
- Craviotti, C., y Soleno, R. (2016). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo Agrario*, 16(33). <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a01>
- Crespo, B., y Sabín, F. (2014). Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Documentación social*, 174, 95-116. http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-4037_es.html
- CONPES 4051 (2021). *Consejo Nacional de Políticas económicas y social República de Colombia*. Departamento Nacional de Planeación. Política Pública para el Desarrollo de la Economía Solidaria. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/sites/default/files/archivos/CONPES%204051.pdf>
- Cueto, E., Arboleda, O., Zabala., y echeverry, F. (2018). Una década de economía social y solidaria en Colombia. Análisis de la producción investigativa y académica 2005-2015. Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios y Universidad Católica Luis Amigó. <http://hdl.handle.net/10656/7235>
- Dávila, R., Vargas, A., Blanco, L, Roa, E, Cáceres, L., y Vargas, L. (2018). Características de la economía solidaria colombiana. Aproximaciones a las corrientes influyentes en Colombia, CIRIEC España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93,85-113. <http://dx.doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.10327>
- DNP (2018). Departamento Nacional de Planeación. Asociatividad, desarrollo agrario integral y construcción de paz: La acción colectiva como estrategia para aumentar el acceso a recursos y mercados en zonas rurales. Bogotá, Colombia: DNP.
- FAO (2020). La recesión económica mundial causada por la COVID-19: evitar el hambre debe ser un objetivo central del estímulo económico. FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/3/ca8800es/CA8800ES.pdf>
- FAO (2019). Fortalecer las políticas sectoriales para mejorar los resultados en materia de seguridad alimentaria y nutrición. Compras públicas de alimentos. FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/3/ca2281es/ca2281es.pdf>
- FAO (2017a). Reflexiones sobre el sistema alimentario y perspectivas para alcanzar la sostenibilidad en América Latina y el Caribe. Santiago. Recuperado de <https://www.fao.org/publications/card/es/c/29f52e52-29fb-4c4d-92df-81f53ab4b979/>
- FAO (2017b). Guía para implementar estrategias locales de compras públicas a la agricultura familiar. FAO. Recuperado de <https://www.fao.org/3/i7504s/i7504s.pdf>
- FAO. (2016). *Circuitos cortos de comercialización: una mirada desde el enfoque territorial*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>
- FAO. 2015. Las compras públicas a la Agricultura Familiar y la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe. Lecciones aprendidas y experiencias. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i4902s.pdf>.
- FAO y CEPAL (2021). Sistemas alimentarios y COVID-19 en América Latina y el Caribe. Como fortalecer los sistemas alimentarios urbanos. Boletín 19. Santiago. FAO y CEPAL. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45924-sistemas-alimentarios-covid-19-america-latina-caribe-ndeg-12-comportamiento>
- Gómez, D., Velasco, N., y Rincón, H. (2021). Relaciones bilaterales entre Rusia y América Latina antes de la pandemia. *Revista CIES*, 12(2), 251-262. <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/361>
- Gómez, D., y Velasco, N. (2021). Comercio bilateral entre China y América Latina antes de la pandemia. ¿Ahora qué? *Revista Académica ECO*, 25, 1-13. <http://dx.doi.org/10.36631/ECO.2021.25.01>
- Gómez, D., Barbosa, E., y Merchán, Ó. (2021). La economía solidaria como dinamizadora del desarrollo rural y de la construcción de la paz en Colombia. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socio ecológica*. 4, 219-242. <http://dx.doi.org/10.33776/riesise.v4i1.4871>
- Gómez, D., Barbosa, E., y Laverde, M. (2021). Los circuitos cortos de comercialización y la democracia directa en los territorios. Apuntes desde la economía solidaria. *Inclusión y Desarrollo*, 9(1), 3-12. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/IYD/article/view/2918>
- Gómez, D., Aldana, K., y Rodríguez, R. (2021). Antropologías del desarrollo, enfoques alternativos y postdesarrollo. Breve revisión de conceptos y apuntes críticos. *Población y Desarrollo*, 27(52), 108-122. <https://revistascientificas.una.py/index.php/RE/article/view/957>

- Gómez, D., Ramos, C., y Carranza, Y. (2016). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Chakiñan*, 1, 46-56. <https://doi.org/10.37135/chk.002.01.04>
- Kalmanovitz, S. (2019). Nueva historia económica de Colombia. Penguin Random House, Bogotá: Colombia
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2015). Guía orientadora para el desarrollo de la estrategia de compras locales. Colombia. Recuperado de <https://www.icbf.gov.co/guia-orientadora-para-el-desarrollo-de-la-estrategia-de-compras-locales-v3>
- Laverde, M., Almanza, C., Gómez, D., y Serrano, C. (2020). El Capital Relacional como Recurso Diferencial y Valioso para las Empresas, *Revista Podium*, 37, 57-70. <http://52.89.153.187/index.php/Podium/article/view/440>
- Leporati, M., Salcedo, S., Jara, B., Boero, V., y Muñoz, M. (2014). La agricultura familiar en cifras. En Salcedo, S. y Guzmán, L. *Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe. Recomendaciones de Política* (35-56). Santiago, Chile: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- López, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, 8, 20-24. Recuperado de https://www.soberaniaalimentaria.info/images/descargas/sabc_08.pdf
- Martínez, D., Rojas, A., y Sacartascini, C. (2020). *La economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus*. BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-economia-del-comportamiento-puede-ayudar-a-combatir-el-coronavirus.pdf>
- Min Agricultura, ADR, Gobierno de Colombia y EU (2017). Lineamientos estratégicos de política pública. Agricultura campesina, familia y comunitaria ACFC. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Gobierno de Colombia. Recuperado de <https://www.minagricultura.gov.co/Documents/lineamientos-acfc.pdf>
- Meyer, R. (2020). Los circuitos económicos solidarios como noción referencial. *Revista Economía*, 72(116),29-43. <https://doi.org/10.29166/economia.v72i116.2637>
- OECD (2019). Estudios Económicos de la OCDE Colombia. Octubre 2019. Visión general. OCDE. Recuperado de <https://www.oecd.org/economy/surveys/Colombia-2019-OECD-economic-survey-overview-spanish.pdf>
- Osorio, M. (2017). Modos de vida vivibles: Economía(s) Solidaria(s) y sostenibilidad de la vida. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <https://www.tesisenred.net/handle/10803/405465>
- Rendón J., y Gómez, D. (2020). Circuitos cortos y verdes. Alimentos si hay. *Revista Sur*. Recuperado de <https://www.sur.org.co/circuitos-cortos-y-verdes-alimentos-si-hay/>
- Rentings, H., Marsden, T., y Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A.*, 35(3), 393-411. <http://dx.doi.org/10.1068/a3510>
- Rodríguez, D., Laverde, M., y Pérez, E. (2021). Short Commercialization Circuits in Local Supply Chains: Economic Revival in the Pandemic. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 12(2), 1-10. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2021/v12i230299>
- Santos, D., Rodríguez, A., Rodríguez, M., Tribín, J., y Gómez, A. (2019). Sistema de abastecimiento agroalimentario del Departamento de Nariño. Informe departamental. Pasto: FAO. Recuperado de <https://pdtnarino.org/wp-content/uploads/2021/08/Departamental.pdf>
- Saravia, R. (2020). Circuitos cortos de comercialización alimentaria: Análisis de experiencias de la Región de Valparaíso, Chile. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(2), 1-12. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue2-fulltext-1914>
- Schneider, S., y Escher, F. (2012). La construcción del concepto de agricultura familiar en América Latina. Sin publicar. Santiago, Chile: FAO. p.12-13
- Superintendencia de Sociedades (2020). Impacto de la Coyuntura del Coronavirus en la Economía Colombiana. Superintendencia de Sociedades. Recuperado de <https://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Publicaciones/Revistas/2020/Impacto-economico-COVID-19-Supersociedades-2020.pdf>
- UNICEF (2020). El impacto de la pandemia covid-19 en las familias con niñas, niños y adolescentes. Tercera ola. Informe de resultados. Recuperado de <https://www.unicef.org/argentina/media/9696/file/Encuesta%20de%20Percepci%C3%B3n%20y%20Actitudes%20de%20la%20Poblaci%C3%B3n%20-%20Tercera%20ola.pdf>
- Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (2021). *Nuestra Gestión 2020-2021. Edición Número 42*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/sites/default/files/archivos/Revista%20solidaria%2042.pdf>
- UAEOS (2021a). Lineamientos de Política Pública para la Asociatividad Rural Productiva. Editorial: Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias -Uaeos. Bogotá: Colombia.
- UAEOS (2021b). Los circuitos cortos de comercialización han logrado mover más de \$2.700 millones durante este 2021. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias-Los-circuitos-cortos-de-comercializaci%C3%B3n-han-logrado-mover-m%C3%A1s-de-242.700-millones-durante-este-2021>

- UAEOS. (2021c). Uaeos presenta informe de avances de circuitos cortos de comercialización. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Informe-parcial-circuitos-cortos>
- UAEOS (2021d). Participe en el primer Diálogo de Circuitos Cortos de Comercialización en Bolívar. Recuperado de <HTTPS://WWW.UAEOS.GOV.CO/PRENSA/NOTICIAS-PARTICIPE-EN-EL-PRIMER-DI%C3%A1LOGO-DE-CIRCUITOS-CORTOS-DE-COMERCIALIZACI%C3%B3N-EN-BOL%C3%ADVAR>
- UAEOS. (2021e). Se fortalecen los circuitos cortos de comercialización como estrategia para la reactivación económica. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias-Se-fortalecen-los-circuitos-cortos-de-comercializaci%C3%B3n-como-estrategia-para-la-reactivaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica>
- UAEOS (2021f). Los circuitos cortos de comercialización se fortalecen y aportan a la reactivación económica. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias-Los-circuitos-cortos-de-comercializaci%C3%B3n-se-fortalecen-y-apan-a-la-reactivaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica>
- UAEOS (2020a). Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias. *Quiénes somos. Misión*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/la-entidad/qui%C3%A9nes-somos/misi%C3%B3n-visi%C3%B3n-y-deberes>
- UAEOS (2020b). Continúan las jornadas de Mercados Campesinos Solidarios en los Santanderes. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Nueva-jornada-mercados-Santanderes>
- UAEOS (2020c). *Compras Públicas Locales en Caldas y Tolima, dejan acuerdos por más de 685 millones de pesos*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/CPL-Caldas-Tolima>
- UAEOS (2020d). *La Uaeos participa en el lanzamiento y presentación de Compra Rural Santander*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Compra-Rural-Santander>
- UAEOS (2020e). *La Uaeos fortalece a organizaciones solidarias de Antioquia*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/fortalecimiento-maccaff%C3%A9-Cocorna>
- UAEOS (2020f). *Rueda de negocios de Compras Públicas Locales en Boyacá se realizará en dos fases*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Rueda-negocios-Boyaca>
- UAEOS. (2020g). *Municipios PDET del sur del Tolima reciben fortalecimiento de la Uaeos*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Municipios-PDET-Tolima>
- UAEOS. (2020h). *Jornadas de fortalecimiento de la Uaeos en municipios de Cundinamarca*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/fortalecimiento-Cundinamarca>
- UAEOS. (2020i). *Caldas realiza el primer encuentro virtual de Compras Públicas Locales*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Rueda-negocios-virtual-CPL-Caldas>
- UAEOS. (2020j). *Mercados Campesinos Solidarios ahora llegan a los territorios PDET del Tolima*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Mercados-Campesinos-Chaparral>
- UAEOS. (2020k). *Mercados Campesinos Solidarios se consolidan como estrategia de reactivación económica regional*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias-Mercados-Campesinos-Solidarios-se-consolidan>
- UAEOS. (2020L). *Primer encuentro virtual de Compras Públicas Locales en el Tolima*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa%2A/Noticias/Encuentro-virtual-CPL-Tolima>
- UAEOS. (2020m). *Simposio internacional de redes y circuitos cortos de comercialización agroalimentarios*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Simposio-redes-circuitos-cortos-Universidad-Nacional>
- UAEOS. (2020n). *Más de 17 toneladas de alimentos fueron comercializados en Mercado Campesino Móvil de Bogotá*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias-Resultados-Mercado-Campesino-M%C3%B3vil-en-Bogot%C3%A1>
- UAEOS (2020ñ). *Con el apoyo de la Uaeos, los días 7 y 8 de abril se realizará en Bogotá el piloto del Mercado Campesino Móvil*. Recuperado de <https://www.uaeos.gov.co/Prensa/Noticias/Mercado-Campesino-M%C3%B3vil>
- UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE ORGANIZACIONES SOLIDARIAS - UAEOS y CIRIEC Colombia (2018). *Apuntes para el fomento de la asociatividad solidaria y el logro de los objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://ciriec-colombia.org/wp-content/uploads/2019/05/Libro-Asociatividad-Solidaria-Final-comprimido-1.pdf>
- UAEOS (2017). *ABC del sector solidario*. Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias. Medellín: Colombia. Recuperado de <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2066/1/ABC%20de%20sector%20solidario.%20%20Unidad%20administrativa%20especial%20de%20organizaciones%20solidarias.pdf>
- Vargas, A. y Sánchez, C. (2020). Análisis de evolución de la asistencia técnica y el fomento de cooperativas rurales en Colombia. *Cooperativismo y Desarrollo*, 27(116), 1-22. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.01.03>

Contribución de los autores

BGO: conceptualización, conservación de datos, investigación, redacción - borrador original

EMBP: conceptualización, conservación de datos, investigación, redacción - borrador original

DTGR: conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, supervisión, validación, visualización, redacción - borrador original, revisión y edición.

Financiación:

No se recibió ningún tipo de financiamiento

