



## Análisis de una estrategia de Circuitos Cortos de Comercialización urbano-rurales en el Distrito de Medellín

*Analysis of a strategy of a short food supply chain urban-rural in the District of Medellin*

*Análise de uma estratégia de Circuitos Curtos de Comercialização urbano-rurais no Distrito de Medellín*

Santiago Gómez Velásquez\*

Jenifer Puerta Zapata<sup>2</sup>

Michelle Dyan Barrientos Arango<sup>3</sup>

Susan Andrea Murillo Cordoba<sup>4</sup>

Xaviana Arboleda Mena<sup>5</sup>

\*Autor de correspondencia: [sagomez@ces.edu.co](mailto:sagomez@ces.edu.co)

Recibido: 29 de agosto de 2024 Aceptado: 12 de febrero de 2025

### Resumen

Los circuitos cortos de comercialización (CCC) son una propuesta social y sostenible para la circulación y comercialización de los productos agroecológicos al interior de los mercados locales. Desde esta perspectiva los CCC son una iniciativa emergente cuya apuesta se orienta a la transformación de las dinámicas convencionales del mercado, concibiéndolo como un medio para el desarrollo, más que un fin en sí mismo. El objetivo de esta investigación es analizar el comportamiento de las dinámicas de intercambio y características de los actores presentes en una estrategia de circuitos cortos de comercialización urbano-rurales en Medellín, entre los años 2020 y 2022. Se propone un estudio transversal descriptivo, con disponibilidad retrospectiva del dato mediante fuente secundaria. La fuente de información corresponderá a los registros de visitas y bitácoras de comercialización concernientes al programa de

1 Ing. de alimentos, Esp., MSc., PhD. Docente Universidad CES, Medellín, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5618-2056>

2 Nutricionista. Equipo de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Secretaría de Inclusión Social, Familia y Derechos Humanos, Alcaldía de Medellín, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4138-6205>

3 Nutricionista. Equipo de Seguridad Alimentaria y Nutricional, Secretaría de Inclusión Social, Familia y Derechos Humanos, Alcaldía de Medellín, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-2229-6064>

4 Estudiante programa de Nutrición y Dietética. Semillero de Investigación Salud Pública y Nutrición, Grupo de Investigación Nutral, Universidad CES, Medellín, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-8524-0308>

5 Estudiante programa de Nutrición y Dietética. Semillero de Investigación Salud Pública y Nutrición, Grupo de Investigación Nutral, Universidad CES, Medellín, Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6654-7460>

La Revista Sistemas de Producción Agroecológicos es una revista de acceso abierto revisada por pares. © 2012. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Internacional Creative Commons Attribution 4.0 (CC-BY 4.0), que permite el uso, distribución y reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se acredite el autor y la fuente originales.

Consulte <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

OPEN ACCESS



fortalecimiento del sistema agroalimentario en el Distrito de Medellín para los años 2020 a 2022. La estrategia acogió 306 productores locales, de los cuales solo el 5,8% pertenecen a procesos asociativos; en cuanto a los comercializadores se identificó que la cercanía y el precio son las características clave al abastecerse de alimentos; a su vez, las transacciones generadas en la estrategia datan de una comercialización principalmente de verduras y hortalizas, generando transacciones de baja cantidad principalmente en tiendas y supermercados, no obstante, cuando el destinatario es el mercado institucional se evidencia un mayor volumen en la comercialización de los alimentos. La estrategia evaluada permitió identificar cómo desde un proyecto institucional orientado a la implementación de Circuitos Cortos de Comercialización en el entorno local, se generan mecanismos efectivos para promover el comercio justo, mejorar las condiciones de los productores locales, y proveer al territorio de alimentos frescos.

**Palabras claves:** Cadena alimentaria; Mercados locales; Productores locales; Seguridad Alimentaria.

## Abstract

Short marketing circuits (SCC) are a social and sustainable proposal for the circulation and marketing of agroecological products within local markets. From this perspective, the CCCs are an emerging initiative whose commitment is oriented towards the transformation of conventional market dynamics, conceiving it as a means to development, rather than an end in itself. The objective of this research is to analyze the behavior of exchange dynamics and characteristics of the actors present in a strategy of short urban-rural marketing circuits in Medellín, between the years 2020 and 2022. A descriptive cross-sectional study is proposed, with availability retrospective data through secondary source. The source of information will correspond to the records of visits and marketing logs concerning the program to strengthen the agri-food system in the District of Medellín for the years 2020 to 2022. The strategy welcomed 306 local producers, of which only 5,8% belong to associative processes; As for marketers, it was identified that proximity and price are the key characteristics when supplying food; In turn, the transactions generated in the strategy date from marketing mainly of vegetables, generating low quantity transactions mainly in stores and supermarkets, however, when the recipient is the institutional market, a greater volume is evident in the marketing of the foods. The evaluated strategy allowed us to identify how, from an institutional project aimed at the implementation of Short Marketing Circuits in the local environment, effective mechanisms are generated to promote fair trade, improve the conditions of local producers, and provide the territory with food fresh.

**Keywords:** Food chain; Food safety; Local markets; Local producers.

## Resumo

Os circuitos curtos de comercialização (CCS) são uma proposta social e sustentável de circulação e comercialização de produtos agroecológicos nos mercados locais. Nesta perspectiva, os CCC constituem uma iniciativa emergente cujo compromisso está orientado para a transformação da dinâmica convencional do mercado, concebendo-o como um meio para o desenvolvimento, e não como um fim em si mesmo. O objetivo desta investigação é analisar o comportamento da dinâmica cambial e as características dos atores presentes em uma estratégia de circuitos curtos de marketing urbano-rural em Medellín, entre os anos 2020 e 2022. Propõe-se um estudo descritivo transversal, com disponibilidade dados retrospectivos por meio de fonte secundária. A fonte de informação corresponderá aos registros de visitas e diários de comercialização relativos ao programa de fortalecimento do sistema agroalimentar no Distrito de Medellín para os anos 2020 a 2022. A estratégia acolheu 306 produtores locais, dos quais apenas 5,8% pertencem a processos associativos; Quanto aos feirantes, identificou-se que a proximidade e o preço são as principais características no fornecimento de alimentos; Por sua vez, as transações geradas na estratégia datam da comercialização principalmente de hortaliças, gerando transações de baixa quantidade principalmente em lojas e supermercados, porém, quando o destinatário é o mercado institucional, fica evidente um maior volume na comercialização dos alimentos. A estratégia avaliada permitiu identificar como, a partir de um projeto institucional voltado para a implementação de Circuitos Curtos de Comercialização no ambiente local, são gerados mecanismos eficazes para promover o comércio justo, melhorar as condições dos produtores locais e abastecer o território com alimentos fresco.

**Palavras-chave:** Cadeia Alimentar; Mercados locais; Produtores locais; Segurança Alimentar.

## Introducción

Los sistemas agroalimentarios convencionales están condicionados por las dinámicas propias del modelo de desarrollo neoliberal, el cual ha influido las lógicas entorno a la alimentación. Estableciendo operaciones con enfoque capitalista, donde se fomenta un sistema alimentario hegemónico que promueve procesos intensificados de industrialización urbana y de permanente mercantilización de las prácticas de producción, distribución y consumo de los alimentos. Lo anterior, se ha acompañado con un enfoque de programas y proyectos gubernamentales, que se han limitado a las transferencias monetarias y asistencia técnica sin profundizar en la importancia del desarrollo de la zona rural de los territorios, a partir de las realidades locales y saberes previos de los productores de alimentos, que permitan transformar los sistemas alimentarios convencionales (Leguizamón y García, 2017).

En contraposición, recientemente se han fortalecido los sistemas alimentarios alternativos, caracterizados por la proximidad que promueven entre los actores del sistema a través del establecimiento de los Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), los cuales favorecen especialmente a las comunidades y a la economía rural, porque acercan al productor con el consumidor reduciendo la intermediación, lo que conlleva a una disminución de los costos de comercialización, por ende, aumenta el margen de ganancia para los productores y genera que el dinero circule y se reinvertan dentro de la misma región. Además, permiten generar procesos de inserción de las comunidades marginadas para el mejoramiento de su calidad de vida, también contribuyen a la generación de riqueza porque atienden las demandas de trabajo, inclusión productiva y cohesión social (Giraldo et al., 2019; Cardona, 2020).

Los CCC, inciden en la Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional de los territorios, en la medida que impulsan el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, logrando garantizar especialmente los ejes de disponibilidad y acce-

so a los alimentos en los territorios. Así mismo, se relaciona con el comercio justo que permite establecer relaciones comerciales en las que el compromiso de los productores se efectúa en forma duradera con condiciones más justas para su labor, aunado a los beneficios que perciben los pequeños distribuidores, y los consumidores, dado que obtienen alimentos de alta calidad nutricional. Adicionalmente, promueven la producción limpia y agroecológica con lo cual se están dejando atrás los esquemas de agricultura convencional y avanzando con conocimientos e innovaciones locales, ambientalmente responsables y que contribuyen a la sostenibilidad a largo plazo (Alianza por un mundo responsable y solidario, 2001).

En ese sentido, los Circuitos Cortos de Comercialización deben ser promovidos desde las políticas públicas, las cuales se definen como "las acciones o decisiones que un gobierno adopta y que están orientadas a la resolución de aquellos problemas que la sociedad y el gobierno definen como públicos". Esta definición, está relacionada con la acción estatal a la que invita Follet (2009), a la mirada de la política pública elaborada desde el estado para resolver el problema de los sistemas alimentarios, orientada al posicionamiento de acciones alternativas como una garante de cambio y transformación (Torres y Santander, 2013).

Específicamente la política pública de seguridad y soberanía alimentaria y nutricional de Medellín, promueve una iniciativa de acompañamiento a los productores de alimentos de la zona rural del distrito por medio del proyecto Mejoramiento del Sistema Agroalimentario de Medellín, con el objetivo de generar procesos de intercambio de alimentos caracterizados por los Circuitos Cortos de comercialización. La estrategia en mención se consolida bajo el nombre de: Fortalecimiento a la comercialización de alimentos, la cual busca contribuir a una mejoría en las condiciones de los productores de Medellín por medio de una comercialización que permita disminuir las pérdidas poscosecha y que garantiza un comercio justo, así como condiciones dignas para los productores de alimentos que participan. La apuesta

de CCC en el Distrito de Medellín también tiene un impacto en los consumidores de alimentos, especialmente aquellos que residen en las comunas y corregimientos más vulnerables, dado que la estrategia centra su atención en establecer relacionamiento con canales de distribución presentes en las comunas con los mayores niveles de inseguridad alimentaria y nutricional (Concejo de Medellín, 2005; Unidad de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Alcaldía de Medellín, 2015).

Por lo anterior, es necesario ejecutar procesos de investigación orientados a analizar el funcionamiento de este tipo de estrategias para identificar aspectos relacionados a su diseño, implementación y operación, permitiendo fortalecer los procesos que se realizan, conocer las características de los actores que participan y visibilizar estas apuestas que pueden impactar positivamente la configuración de los sistemas alimentarios en el Distrito Especial de Medellín. Por esto, la investigación tiene como objetivo analizar el comportamiento de las dinámicas de transacción y las características de los actores presentes en la estrategia de circuitos cortos de comercialización urbano-rurales en Medellín.

## Materiales y métodos

### Diseño y participantes

Se realizó un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo transversal y alcance descriptivo. Este consistió en el análisis de información de fuente secundaria, suministrada por el proyecto "Mejoramiento del Sistema Agroalimentario de la ciudad de Medellín", específicamente la información correspondía a la estrategia de fortalecimiento a la comercialización de alimentos desarrollada durante los años 2020 a 2022. Los registros obtenidos contenían la información de los actores que participaron de la estrategia, los cuales podrían tener el rol de productores o comercializadores, y, adicionalmente, los datos relacionados con las transacciones causadas. En total, la información analizada correspondió a 7244 registros relacionados con la ejecución de la estrategia.

### Procedimiento

Las bases de datos fueron entregadas por el equipo de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Secretaría de Inclusión Social, Familia y Derechos Humanos del Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín. Los datos estaban constituidos por tres archivos en formato (.xls), los cuales contenían los registros de productores, comercializadores y transacciones, respectivamente. La información recibida se sometió a revisión detallada por parte del equipo investigador para determinar la presencia de datos faltantes, inconsistencias o errores realizando el siguiente proceso de depuración:

**Tabla 1. Proceso de alistamiento y limpieza de la información.**

Archivo	Modificaciones	Variables creadas	Registros finales
Transacciones: Base datos con 7249 registros y 13 variables	En la variable producto se eliminan los datos correspondientes a las categorías de productos procesados, plantas aromáticas, queso y huevos.	Se crea la variable "tipo de producto", con cinco categorías: Cereales, frutas, leguminosas, plátanos y tubérculos, y verduras y hortalizas	7249 registros y 14 variables
Comercializadores: Base de datos con 172 registros y 43 variables	Se elimina el registro correspondiente al código del comercializador 15961734 por presentar datos inconsistentes y faltantes y se eliminan 18 variables con información de tipo administrativo.	No se crean variables adicionales	171 registros y 25 variables
Productores: Base de datos con 306 registros y 27 variables	Se eliminan 13 variables con información de tipo administrativo, y se corrigen datos inconsistentes en las variables relacionadas con características de la producción	No se crean variables adicionales	306 registros y 14 variables

Al finalizar la depuración de la base de datos, se cuenta con el registro de 7249 transacciones, 171 comercializadores caracterizados que han participado del circuito corto de comercialización con el proyecto y 306 productores que han comercializado con la estrategia.

6

### Variables de interés principal

Para el análisis de la información se consideraron tres variables de interés principal que fueron: la participación de los productores en procesos asociativos, la compra directa de los comercializadores a los productores locales y/o de cercanías, previo a su ingreso al proyecto, así como los canales de comercialización que se acompañan en la estrategia.

La asociatividad cobra gran sentido en los procesos productivos dado que representa una valiosa estrategia para el acceso al mercado, y promueve la generación de capacidades de diversa índole, las cuales se relacionan con la competitividad de este actor en el sistema agroalimentario.

La variable de compra directa a productores de Medellín o municipios cercanos, por parte del comercializador, al momento de la caracterización denota su interés en la compra local antes de adherirse a una estrategia de Circuitos Cortos de Comercialización.

Finalmente, los canales de comercialización analizados dan cuenta de las diversas estrategias, escenarios y actores que participan del CCC, entre ellas: "Encuentros de intercambio comercial", los

cuales corresponden a espacios promovidos por el ente gubernamental en el cual confluyen comercializadores y productores, y donde se fomenta la interacción entre ambos actores para generar transacciones; el "Mercado específico", que hace referencia a comercializadores de tiendas de barrio y supermercados; y finalmente, el "Mercado institucional" el cual corresponde a las compras públicas, definidas en la Ley 2046 de 2020.

### Análisis de los datos

Se utilizó el software JAMOVI 2.3 para el análisis, en el que se calcularon las frecuencias absolutas y frecuencias relativas para las variables cualitativas, así como los estadísticos descriptivos para las variables cuantitativas utilizando promedios con desviaciones estándar. Se presentaron los resultados según la caracterización de productores, comercializadores y transacciones realizadas en el proyecto.

### Resultados

El proyecto de "Mejoramiento del Sistema Agroalimentario de Medellín", en el periodo de análisis, ha vinculado a 306 productores de alimentos en todos los Corregimientos del Distrito, los cuales aspiran implementar procesos de comercialización de alimentos mediante la generación de excedentes comercializables.

**Tabla 2. Caracterización de los productores acompañados en el proyecto.**

Características	Total (N = 306)	Existe proceso asociativo	
		Si (n = 18)	No (n = 288)
	n (%)		
<b>Corregimiento</b>			
San Sebastián de Palmitas	49 (16,0)	0 (0,0)	49 (17,01)
San Cristóbal	212 (69,3)	9 (50,00)	203 (70,5)
Altavista	4 (1,3)	0 (0,0)	4 (1,4)
San Antonio de Prado	19 (6,2)	7 (38,9)	12 (4,1)
Santa Elena	22 (7,2)	2 (11,1)	20 (6,9)
<b>Año</b>			
2020	206 (67,3)	16 (88,9)	190 (66,0)
2021	50 (16,3)	2 (11,1)	48 (16,7)
2022	50 (16,3)	0 (0,0)	50 (17,4)
<b>Registro de producción</b>			
Si	24 (7,8)	4 (22,2)	20 (6,9)
No	282 (92,2)	14 (77,8)	268 (93,1)
<b>Costo producción</b>			
Si	20 (6,5)	4 (22,2)	16 (5,6)
No	286 (93,5)	14 (77,8)	272 (94,4)
<b>Excedentes*</b>			
Si	211 (69,0)	18 (100,0)	193 (67,0)
No	95 (31,0)	0 (0,0)	95 (33,0)
<b>Valor agregado</b>			
Si	205 (67,0)	16 (89,9)	189 (65,6)
No	101 (33,0)	2 (11,1)	99 (34,4)

**Nota:** \*Hace referencia a la producción de excedentes para comercializar.

En la tabla 2 se evidencia que la mayor cantidad de productores del proyecto se encuentran ubicados en el Corregimiento de San Cristóbal, con 69,3% y San Sebastián de Palmitas con un 16,0%. Sin embargo, se observa una cifra sumamente baja de productores que participan en procesos asociativos, con un 5,9% del total, correspondiente a 18 personas, lo cual resulta inquietante dada la importancia de la asociatividad en el ejercicio de comercialización. También, se halló que en el Corregimiento de San Cristóbal se encuentra la mayor cantidad de participantes asociados, con un 50%, seguido del Corregimiento de San Antonio

de Prado con 38,9%, mientras que en los Corregimientos de San Sebastián de Palmitas y Altavista no se encontraron productores asociados. En general, en el período de tiempo de análisis fue mayor la participación de productores que no tienen proceso asociativo.

Sumado a lo anterior, se muestra que la mayor parte de los productores se acogieron a la estrategia en el año 2020, específicamente un 67,3%. Así mismo, en esta vigencia se observa la mayor proporción de productores con proceso asociativo, con respecto al resto de los años, lo cual posi-

blemente se relaciona con la prioridad que se tuvo en la focalización para la ejecución del proyecto en ese año, así como la influencia de la pandemia por Covid-19 en los modelos de distribución de alimentos en el Distrito.

En cuanto a los registros de producción, se encuentra que el 92,2% de los productores no implementa registros relacionados con su proceso productivo. Además, es mayor la proporción de quienes llevan registro de la producción en quienes se encuentran asociados que en quienes no, con un 22,2% y 6,9%, respectivamente. Este comportamiento es similar al encontrado en los productores que llevan registro de los costos de producción, ya que se evidencia que el 93,5% de los participantes no lleva a cabo dicho registro. Lo anterior denota la informalidad de los procesos productivos que ejecutan los productores partícipes en la estrategia, por lo cual cobra relevancia el acompañamiento institucional en aras de fomentar la adopción de procesos claramente definidos y estandarizados, así como promoción de la asociatividad.

Respecto a la producción de excedentes comercializables, se observa que el 69% de los productores partícipes los generan. En este contexto, cabe destacar que, aunque al inicio de la estrategia el 31% no producían excedentes, si tenían la intención de generarlos, lo que subraya la importancia de acompañar su proceso productivo en aras de contribuir al potencial productivo del Distrito.

Además, se evidencia que todos los participantes que se encuentran asociados refieren producción de excedentes, por el contrario, el 33% de quienes no hacen parte de un proceso asociativo, no registran producción de excedentes para comercializar al momento de caracterizarse.

La agregación de valor consiste en un costo y un proceso adicional que asume el productor para generar mayor interés en el consumidor, lo cual incrementa su competitividad en el mercado. Se observa que el 33% de los productores acompañados en la estrategia no tienen un valor agregado para su cosecha, y la frecuencia relativa de la implementación de estos procesos es superior en quienes no tienen un proceso asociativo que en quienes sí lo tienen, con un 34,4% versus un 11,1%.

**Tabla 3. Tipo de valor agregado en los productores que declararon tenerlo.**

Tipo de valor agregado	n (%)
Empaque	156 (76,10)
Lavado	44 (21,46)
Transformación	5 (2,44)

Al analizar en detalle el valor agregado que indican los productores en la caracterización, se encuentra que la mayor parte, un 76,10%, refiere empacar sus productos, seguido del lavado, y en menor grado, la transformación, la cual requiere un proceso más extenso y costoso que implica procesar el producto inicial para generar un derivado.

**Tabla 4. Caracterización de los comercializadores que participaron en la estrategia de CCC.**

Características	Total (N = 171)	Realiza compra directa a productor	
		Si (n = 26)	No (n = 145)
	n (%)		
<b>Comuna/Corregimiento</b>			
Popular	1(0,6)	0(0,0)	1(0,7)
Santa Cruz	10(5,8)	0(0,0)	10(6,9)
Manrique	15(8,8)	2(7,7)	13(9)
Aranjuez	40(23,4)	3(11,5)	37(25,5)
Castilla	37(21,6)	2(7,7)	35(24,1)
Doce de Octubre	19(11,1)	6(23,1)	13(9)
Robledo	38(22,2)	9(34,6)	29(20)
Villa Hermosa	1(0,6)	0(0,0)	1(0,7)
Buenos Aires	4(2,3)	0(0,0)	4(2,8)
Corregimiento de San Cristóbal	4(2,3)	3(11,5)	1(0,7)
Corregimiento de San Antonio de Prado	2(1,2)	1(3,8)	1(0,7)
<b>Año</b>			
2020	132(77,2)	12(46,2)	120(82,8)
2021	36(21,1)	13(50)	23(15,9)
2022	3(1,8)	1(3,8)	2(1,4)
<b>Disponibilidad</b>			
Si	45(26,3)	5(19,2)	40(27,4)
No	126(73,7)	21(80,8)	105(72,4)
<b>Precios</b>			
Si	99(57,9)	15(57,7)	84(57,9)
No	72(42,1)	11(42,3)	61(42,1)
<b>Cercanía</b>			
Si	91(53,2)	10(38,5)	81(55,9)
No	80(46,8)	16(61,5)	64(44,1)
<b>Transporte</b>			
Si	13(7,6)	3(11,5)	10(7,6)
No	158(92,4)	23(88,5)	135(92,4)
<b>Calidad</b>			
Si	48(28,1)	7(26,7)	41(28,3)
No	123(71,9)	19(73,3)	104(71,7)
<b>Crédito</b>			
Si	3(1,8)	1(3,8)	2(1,4)
No	168(98,2)	25(96,2)	143(98,6)
<b>Domicilio</b>			
Si	4(2,3)	0(0,0)	4(2,8)
No	167(97,7)	26(100,0)	141(97,2)

La tabla 4 evidencia que entre los años 2020 y 2022, han participado en la estrategia de Circuito Corto de Comercialización 171 comercializadores de alimentos, quienes se encuentran mayormente en las comunas: Aranjuez, Castilla y Robledo, las cuales se ubican en las zonas nororiental y noroccidental del Distrito, y hacen parte de las comunas priorizadas para la ejecución del proyecto por las cifras de inseguridad alimentaria y nutricional descritas en estas comunas. Respecto a ello, llama la atención que en las comunas Popular, Santa Cruz y Manrique, aun siendo también comunas priorizadas, presentan una proporción muy baja de comercializadores inscritos en el proyecto.

Por otra parte, se encuentra que, del total de participantes, el 15,2% refirió realizar compras directas de frutas y verduras a productores de Medellín o municipios cercanos al momento de ingresar a la estrategia. La proporción de quienes realizan compras directas fue mayor en las Comunas de Robledo y Doce de Octubre, y en el Corregimiento de San Cristóbal, mientras que las mayores cifras de comercializadores que no realizaron compras directas se hallan en las Comunas de Aranjuez y Castilla. Seguidamente, se observa que al igual

que los productores, la mayor cantidad de comercializadores se adhirió a la estrategia en el año 2020, probablemente por las razones descritas con anterioridad.

Ahora bien, cuando se indaga a los comercializadores qué características tienen en cuenta al momento de escoger el lugar donde se abastecen de frutas y verduras, se evidencia al precio y la cercanía como características determinantes para un alto porcentaje de los participantes, y en tercer lugar, la calidad del producto.

En cuanto a quienes realizan y no realizan compras directas al productor, se evidencia una cifra aproximada en el criterio de precio, con un 57,7% y 57,9% respectivamente. Sin embargo, en el criterio de cercanía, se evidencia un mayor porcentaje de participantes que respondieron afirmativamente y a su vez no realizaban compras directas al productor, todo ello, en el ingreso a la estrategia, con un 55,9% frente a un 38,6% de quienes si realizaban compras directas. Por otro lado, se observa que las variables de crédito, domicilio y transporte no fueron reportadas en alta medida como una característica decisiva para el abastecimiento.

**Tabla 5. Caracterización de las transacciones realizadas en la estrategia de CCC.**

Características	Total	Canal de comercialización		
		EIC*	ME**	MI***
		n (%)		
<b>Tipo de Producto</b>				
Cereales	5(0,1)	2(1,8)	3(0,1)	0(0,0)
Frutas	685(9,4)	18(16,1)	649(9,2)	18(20,2)
Leguminosas	51(0,7)	1(0,9)	48(0,7)	2(2,4)
Plátanos y Tubérculos	516(7,1)	12(10,7)	489(7,1)	6(6,7)
Verduras y Hortalizas	5992(82,7)	79(70,5)	5849(83)	64(71,1)
<b>Año</b>				
2020	3300(45,5)	112(100)	3104(40,0)	84(93,3)
2021	3760(51,9)	0(0,0)	3754(53,3)	6(6,7)
2022	189(2,6)	0(0,0)	189(2,7)	0(0,0)
<b>Comuna/Corregimiento</b>				
Popular	11(0,2)	0(0,0)	11(0,2)	0(0,0)
Santa Cruz	90(1,3)	0(0,0)	90(1,3)	0(0,0)

Características	Total	Canal de comercialización		
		EIC*	ME**	MI**
	n (%)			
Manrique	588 (8,2)	112 (100,0)	476 (6,8)	0 (0,0)
Aranjuez	1027 (14,3)	0 (0,0)	1027 (14,7)	0 (0,0)
Castilla	2140 (29,9)	0 (0,0)	2140 (30,5)	0 (0,0)
Doce de Octubre	1118 (15,6)	0 (0,0)	1118 (15,9)	0 (0,0)
Robledo	2080 (29,0)	0 (0,0)	2075 (29,6)	5 (11,4)
Villa hermosa	23 (0,3)	0 (0,0)	23 (0,3)	0 (0,0)
Buenos Aires	29 (0,4)	0 (0,0)	29 (0,4)	0 (0,0)
Corregimiento San Cristóbal	54 (0,8)	0 (0,0)	15 (0,2)	39 (88,6)
Corregimiento San Antonio de Prado	6 (0,1)	0 (0,0)	6 (0,1)	0 (0,0)
$\mu \pm DS$				
<b>Cantidad (Kg)</b>	9,24 ± 34,9	12,2 ± 28,9	8,96 ± 33,4	25,8 ± 97,1
<b>Cantidad (Unidad) **</b>	6,99 ± 19,3	8,96 ± 11,8	6,97 ± 19,4	7,5 ± 4,12
<b>Valor final (\$) *3</b>	14780 ± 52221	14078 ± 19514	14405 ± 50389	45029 ± 143028

**Nota:** \*Encuentro de Intercambio Comercial; \*\*Mercado Específico; \*\*\*Mercado Institucional; \*\* Unidades de lechuga comercializadas; \*3 Valor final en pesos colombianos.

Las transacciones corresponden a cada intercambio de un alimento entre un productor y un comercializador a cambio de un valor previamente determinado. Como se observa en la tabla 5, el tipo de producto que más se comercializó fueron las verduras y hortalizas, con un 82,7%, seguido por las frutas con un 9,4%, mientras que los cereales, específicamente el maíz, fue el alimento con menor número de transacciones. Se evidencia que en los diferentes canales de comercialización analizados, fue mayor el porcentaje de verduras y hortalizas transado en el mercado específico (ME) con un 83%, mientras que en el encuentro de intercambio comercial (EIC) y el mercado institucional (MI) este tipo de producto tuvo una participación inferior, sin embargo, siguió representando el tipo de producto con mayor número de transacciones.

Al realizar un análisis del año en el cual se generaron las transacciones, se detecta que el mayor número se dio en el año 2021, seguido del año 2020, y en último lugar el año 2022, en el cual se realiza un corte para el desarrollo de la presente investigación. Además, se observa que todas las transac-

ciones realizadas en los encuentros de intercambio comercial se dieron en el año 2020, mientras que para el mercado institucional el 93,3% de las transacciones se realizaron en este mismo año. A su vez, el mercado específico corresponde al canal en el cual se llevaron a cabo el mayor número de transacciones en todas las vigencias de análisis, con un 97,2% de las 7249 transacciones efectuadas.

Las comunas donde se dieron el mayor porcentaje de las transacciones fueron Castilla y Robledo, ambas de la zona noroccidental del Distrito, con aproximadamente un 60% de los intercambios generados. Al mismo tiempo, se halla que todas las transacciones a través del encuentro de intercambio comercial se dieron en la comuna de Manrique, mientras que en el mercado institucional, las transacciones se suscitaron en el Corregimiento de San Cristóbal con un 88,6%, y el porcentaje restante en Robledo. Dichas compras corresponden al suministro de la estrategia a la implementación del Programa de Alimentación Escolar (PAE) especialmente en el año 2020, con lo cual se evidencia

no sólo la participación prominente de productores de dicho corregimiento, sino también el abastecimiento de este a la población del mismo territorio.

Finalmente, al examinar la cantidad comercializada, así como el valor de la misma, se evidencia que la media de kilogramos comercializados fue de 9,2 kg, y a su vez se observa que la media es muy superior en el canal de MI respecto a los demás canales, con 25,8 kg, seguido de los EIC. Esto indica que las compras públicas percibieron el mayor volumen de las transacciones, y a su vez el valor de las mismas, con una media de \$45.029 pesos colombianos. Por otra parte, se halla que la media del valor final comercializado en EIC y ME fue cercana, pero difiere en la desviación estándar identificada. En cuanto a las lechugas, la media de unidades comercializadas fue cercana en los diferentes canales, sin embargo se evidencia una media superior en el EIC.

## Discusión

En el Distrito de Ciencia, Tecnología de Innovación de Medellín, Colombia, se evidenció el desarrollo de una estrategia gubernamental para la promoción de los CCC, de los cuales hacen parte actores como: productores, distribuidores y consumidores. Ahora bien, aun cuando la comercialización de alimentos puede darse directamente entre productor y consumidor, los CCC también consideran la intermediación mínima en dicho proceso, para el caso de Medellín, el Equipo de Seguridad Alimentaria y Nutricional (ESAN) opera como un enlace entre productores y comercializadores que hacen parte de la estrategia, para finalmente llevar la producción al consumidor final.

Los CCC poseen un funcionamiento que les confiere características propias, sin embargo, es necesario destacar que en cada territorio se registran experiencias con particularidades. Con base en lo anterior, la literatura evidencia que los CCC han sido promovidos principalmente por acciones de la sociedad civil e individuales, y que cuando se gestan desde el nivel gubernamental

se ejecutan por medio de acciones aisladas y poco articuladas, debido a la carencia de una política pública que priorice los procesos en torno a los CCC (Saravia, 2020).

En este sentido, es importante resaltar que se registran diferentes experiencias de Circuitos Cortos de Comercialización en los continentes, así como avances específicos en las estrategias implementadas en América Latina promovidas por la acción gubernamental. En Europa, España es un país pionero en este movimiento, el cual ha fundamentado diferentes estrategias entorno al comercio justo (García-de Vinuesa, 2013). Por su parte, Alemania presenta una tendencia de aumento en la implementación de CCC, lo cual está relacionado con el apoyo que provee el Gobierno, específicamente el Ministerio de Agricultura (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Gobierno de España, 2013). Otro país que genera acciones gubernamentales entorno a los circuitos cortos es Hungría, el cual es reconocido por su extensa zona rural, y por la agricultura como actividad principal. Este contempla en su Plan de Desarrollo Rural un programa que promueve dichas estrategias (Bakos, 2017). Por su parte, en América Latina los Circuitos Cortos de Comercialización se han expresado en los países con diferentes iniciativas, destacándose las bioferias (Perú), ferias urbanas (Cuba), ferias libres (Chile), y los mercados locales ecológicos y orgánicos (Ecuador y México) (Cravietti y Soleno, 2015).

Por su parte, la estrategia de CCC descrita se ha desarrollado mediante la consolidación de distribución de alimentos en tres tipos de canales como: los Encuentros de Intercambio Comercial en donde se reúnen productores y comercializadores, los Mercados Específicos que corresponden a las tiendas de barrio y supermercados, y los Mercados Institucionales que hacen referencia a las compras gubernamentales o públicas. Respecto a ello, cabe resaltar la influencia de la pandemia sobre el sistema agroalimentario y los actores inmersos en este, donde, por ejemplo, pese a la importancia de los productores locales para fortalecer la Soberanía y la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN), han

sido uno de los actores que presentan mayores afectaciones por la pandemia, en la medida que se registran impactos negativos en la producción, las ventas, los precios y los ingresos. Frente a estas limitaciones, Harris et al. (2020) evidenciaron que las estrategias más comunes de supervivencia para mantener las ventas fueron: vender a acopiadadores locales y directamente al consumidor.

En concordancia con lo anterior, la estrategia registró la mayoría de las transacciones realizadas en el primer y segundo año de su implementación, un momento con muchas implicaciones para los sistemas alimentarios, dado el estado de emergencia proclamado a causa de la pandemia. La emergencia sanitaria por COVID-19 ha impactado la garantía de la SAN, a través de los retos impuestos a cada uno de los eslabones de los sistemas alimentarios, generando desafíos desde la adquisición de insumos por parte de los productores, hasta la estabilidad de la demanda de alimentos para los consumidores (Béné, 2020). Sobre la distribución minorista de alimentos en tiempos de pandemia, Mishra et al. (2021) sugieren que las cadenas de suministro pudieron adaptarse, pero al interior de éstas tuvieron mayor éxito formatos del modelo moderno o corporativo, mientras las formas de distribución tradicionales y alternativas -en estas últimas se incluyen mercados campesinos, agroecológicos, entre otros- han sido las más afectadas (Bakalis et al., 2020).

Ahora bien, retomando los hallazgos del estudio respecto a los productores de alimentos, se evidencia además la carencia de procesos asociativos entre dichos actores. En una investigación de productores del Departamento de Boyacá, se evidencia que los procesos asociativos son débiles en el territorio, constituyendo una de las problemáticas que se presentan en los procesos de comercialización, generando pérdidas de alrededor del 30% de los alimentos producidos (Serrano et al., 2020). Al respecto, un estudio en Alemania evidencia que los procesos asociativos tienen efecto en la construcción de mercados en las estructuras sociales, permitiendo que los productores de alimentos se puedan insertar en el mercado

de manera exitosa (Dombrowski, 2017). La falta de asociatividad, es una de las principales dificultades evidenciadas también a nivel nacional, occasionando que se incluyan en los Planes de Ordenamiento Territorial de los municipios acciones que contribuyan a resolver la falta de asociatividad, y evitar el monopolio en la comercialización de los alimentos, estas son: establecer canales de mercadeo y fortalecer el emprendimiento asociativo (Acuerdo Municipal No. 019 de 2009, 2009).

Respecto a la ubicación de los productores de la estrategia, la investigación evidencia que la mayoría se concentra en el corregimiento de San Cristóbal, donde se han observado cambios significativos en la utilización del suelo y en sus actividades económicas, principalmente debido a su proximidad con las áreas urbanas de Medellín. Esto ha resultado en una disminución de la relevancia de los sistemas productivos agrarios, transformando la zona en un núcleo de servicios para sus residentes y comunidades aledañas. Entre estos servicios, sobresalen aquellos relacionados con el transporte, la información, las comunicaciones y la venta de diversos productos, incluyendo los alimentos (Pérez et al., 2011).

En consideración a lo anterior, a pesar de las problemáticas que enfrenta el territorio, el estudio evidencia que en la estrategia es el corregimiento con más productores vinculados a procesos asociativos como ha sido referenciado en otras investigaciones; un ejemplo destacado es la Asociación ACAB, integrada principalmente por productores de la vereda Boquerón (aunque en sus inicios solo incluía a productores de esta zona, actualmente se ha expandido a otras veredas). Sus miembros se han enfocado en la producción agroecológica y han establecido canales de comercialización con mercados específicos, lo que les ha permitido acceder a precios más favorables en la venta de sus productos (Caicedo, 2013).

En este sentido, algunos estudios refieren que es importante transformar los procesos asociativos en cooperativas, porque estas permiten acceder a comercializar en otros tipos de mercado, entre

ellos los programas institucionales como el PNAE (Programa Nacional de Alimentación Escolar) y el PAA (Programa de Adquisición de Alimentos), como se ha descrito en Brasil. Los productores describían que potencialmente podrían proveer estos programas en la medida que se conformaran cooperativas (Buenaventura et al., 2021). Por ello es importante que las acciones gubernamentales generen además de procesos de asociación, las cooperativas como centro para mejorar la inserción al mercado de los pequeños productores de alimentos, aunado a ello se requiere acompañar y fortalecer el registro de los procesos productivos y de costos.

Así mismo, se evidencia que, para fortalecer la economía campesina y los procesos de comercialización, uno de los aspectos relevantes es la transformación de los alimentos, dado que se evidencia que la comercialización de alimentos frescos presenta mayores dificultades para la participación en los mercados, y que no pueda consolidar una oferta diversificada de productos en los canales de comercialización. En consideración, la mayoría de los productores participantes de la estrategia, refieren procesos de valor agregado, sin embargo, un alto porcentaje de estos no participa de asociatividad, lo cual continúa siendo un limitante para la comercialización de los productos.

Llegados a este punto, al realizar un análisis de los comercializadores que participan de la estrategia, la investigación evidencia que previo a su ingreso es bajo el porcentaje de comercializadores que realizan compra directa a los productores. Sobre dicha compra directa, los estudios refieren que los formatos de supermercado e hipermercado están implementando en sus relaciones comerciales compra directa a productores, lo cual se evidencia en un estudio realizado a Walmart, donde se refiere que su posicionamiento se debe gracias a que este hipermercado realiza negociaciones de manera directa con los productores de la región, a fin de que los productos ofrecidos no recorran largas distancias, y se minimice la intermediación, lo cual a su vez contribuye a disminuir los costos en el eslabón de la comercialización. De esta

manera, una de las estrategias que pone en evidencia este canal de distribución moderno es “un mayor acercamiento a los pequeños productores hortícolas”, puesto que reconoce que los productores perecederos son importantes en términos de ingresos económicos. Sin embargo, cabe destacar que las condiciones para que los productores puedan acceder a comercializar alimentos en estos canales de distribución representan grandes responsabilidades que son difíciles de asumir para los pequeños productores.

Por su parte, sobre las tiendas de barrio, con las cuales se generaron el mayor número de transacciones en la estrategia, se halla en la literatura que estos canales dominan la comercialización de alimentos frescos (Suryadarma et al., 2007). Lo anterior explica la importancia de estos canales de distribución para la comercialización de alimentos frescos en los territorios en los cuales se localizan. De este modo, se destaca que los canales de distribución tipo tienda hacen presencia en las comunas con mayores niveles de inseguridad alimentaria y nutricional en Medellín, con el objetivo de brindar alimentos saludables producidos con técnicas limpias.

Otro de los canales de comercialización importante para potenciar los CCC son las compras públicas, que, según lo evidenciado en la investigación, constituyen los canales que movilizan una media superior tanto en el volumen de alimentos como en el valor final de las transacciones. Al respecto, sobre las compras públicas, diversos autores refieren la importancia de la contratación pública para fortalecer los procesos de economía local, dado que, por medio del volumen de ventas, permiten aumentar la visibilidad de los productores locales, porque tienen un alcance superior en comparación con otros canales (Yacamán et al., 2020). Sumado a lo anterior, se cuenta con investigaciones que evidencian beneficios de las compras públicas a nivel ambiental, pero también en el desarrollo económico local, así como la inclusión especialmente para las personas más vulnerables y de menores ingresos.

En cuanto a las características que los comercializadores refirieron considerar importantes al abastecerse de alimentos, se encuentra el precio y la cercanía, lo cual conversa con lo propuesto por los CCC donde se prevé que los alimentos recorran distancias cortas, y a su vez halla mínima o nula intermediación, con lo cual se podría inferir un menor precio de adquisición para el comercializador, y posteriormente para el consumidor final. No obstante, no se cuenta con información del precio final de venta. Respecto a lo anterior, el manual "Cómo vender en circuitos cortos: desafíos y oportunidades para la agricultura familiar campesina" (Furnaro et al., 2015) menciona que el transporte y la cercanía son factores de suma importancia en los CCC, contrario a lo hallado en el caso de estudio donde el transporte fue referido en una proporción baja.

A modo de cierre, al analizar el tipo de producto comercializado, se ha visto en experiencias de intercambio como las realizadas en Chile, que la mayoría de los alimentos comercializados son frutas, hortalizas y productos como miel o huevos, debido a la poca cantidad de requisitos que se necesitan para la distribución de estos productos (Saravia, 2020). Algo que se logra evidenciar en este estudio, en donde la mayoría de las transacciones realizadas (92,1%) fueron de frutas, verduras y hortalizas. Contrario a ello, en las ferias de Jequitinhonha, municipio brasileño, indican que del total de alimentos distribuidos, las frutas, verduras y hortalizas representaban el 36,7% (Aranda y Patrício, 2021), cifra inferior a lo hallado en el caso de estudio.

Finalmente, se observa también que un estudio llevado a cabo en Medellín y el oriente antioqueño describe que los alimentos que se comercializaron principalmente en las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) estudiadas, fueron las verduras frescas, seguido por las frutas, tubérculos y plátanos, cereales y leguminosas, en grano o con procesamiento. Ahora bien, en esta investigación describen también la distribución de alimentos como huevos, carnes, especialmente pollo, y productos lácteos en menor medida (Cadavid-Castro et al.,

2019). Lo anterior, se asemeja a los hallazgos de la investigación, que evidencia que los alimentos frescos constituyen el principal grupo de alimentos comercializados en este tipo de estrategias, y demuestra la diversidad de productos que pueden intercambiarse mediante CCC.

## Conclusiones

El Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín ha liderado el proyecto Mejoramiento del Sistema Agroalimentario, que se configura como una iniciativa efectiva de acompañamiento a los productores de alimentos del Distrito. Este proyecto les permite acercarse a diferentes comercializadores sin la necesidad de intermediación por parte de terceros. Este proceso de comercialización de alimentos ha sido pensado desde la lógica de que las ciudades puedan responder a su demanda interna de alimentos mediante la implementación de Circuitos Cortos de Comercialización. Esta estrategia de CCC se viene consolidando desde hace tres años y está dirigida a mejorar las condiciones de los productores de Medellín, disminuir las pérdidas poscosecha y garantizar el comercio justo.

Los datos analizados durante el tiempo de implementación de la estrategia permiten concluir que los procesos liderados por el sector público para mejorar los sistemas agroalimentarios pueden contribuir a transformar las prácticas y dinámicas monopólicas del mercado de alimentos, y que además deberían configurarse como una estrategia permanente y necesaria para acercar las áreas rurales y urbanas de las ciudades, mejorar la condiciones de los productores, fortalecer la vocación agrícola, y contribuir con la soberanía alimentaria de las poblaciones. Este análisis de caso se configura como evidencia de que un proyecto público puede aportar al mejoramiento del sistema agroalimentario de una ciudad, y simultáneamente permite dejar precedentes de que su ejecución y funcionamiento debe seguirse ajustando con miras a lograr el desarrollo de habilidades en productores y comercializadores

para establecer circuitos de comercialización autónomos y permanentes, en donde se enfoque a mejorar las prácticas de asociatividad y el relacionamiento entre actores.

## Limitaciones

Esta investigación presenta como limitaciones que la naturaleza de la información analizada es de carácter transversal, lo que imposibilita realizar comparaciones en el tiempo para una misma unidad de análisis, simultáneamente se logró identificar que los datos que se capturan desde el proyecto Mejoramiento del Sistema Agroalimentario para Medellín tienen un enfoque principalmente administrativo, por lo cual se carece de variables que pueden ser útiles para los procesos investigativos; sin embargo, se considera que el estudio aporta información valiosa para mejorar el impacto del programa, y consolidar su ejecución en el Distrito, adicionalmente, genera información que permite observar resultados cuantificables de la implementación de una estrategia de CCC liderada y promovida desde el sector público.

## Agradecimientos

Se resalta la disposición y apoyo constante de todo el Equipo de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Alcaldía de Medellín, quienes en su compromiso permanente con la Seguridad Alimentaria del distrito han posibilitado la ejecución de esta investigación.

## Referencias

1. Acuerdo Municipal No. 019 de 2009. [Alcaldía de Armenia]. Plan de ordenamiento territorial 2009-2023. 02 de diciembre de 2009.
2. Acuerdo Municipal 38 de 2005. [Concejo de Medellín]. Por el cual se establece la Política Pública de Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional en Medellín. 29 de julio de 2005.
3. Aranda, C. Y. y Patricio, M. J. (2021). *Redes y circuitos cortos de comercialización agroalimentarios*. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/82346>
4. Bakalis, S., Valdramidis, V. P., Argyropoulos, D., Ahrne, L., Chen, J., Cullen, P. J., Cummins, E., Datta, A. K., Emmanouilidis, C., Foster, T., Fryer, P. J., Gouseti, O., Hospido, A., Knoerzer, K., LeBail, A., Marangoni, A. G., Rao, P., Schlüter, O. K., Taoukis, P., Epameinondas, X. y Van Impe, J. F. M. (2020). Perspectives from CO+RE: How COVID-19 changed our food systems and food security paradigms. *Current Research in Food Science*, 3, 166-172. <https://doi.org/10.1016/j.crfs.2020.05.003>
5. Bakos, I. M. (2017). Local food systems supported by communities nationally and internationally. *Deturope*, 9(1), 59-79. <http://doi.org/10.32725/det.2017.006>
6. Béné, C. (2020). Resilience of local food systems and links to food security – A review of some important concepts in the context of COVID-19 and other shocks. *Food Security*, 12(4), 805-822. <https://doi.org/10.1007/s12571-020-01076-1>

7. Buenaventura, I., da Paixão, S. R. y Gómez, L. J. D. (2021). Circuitos cortos de comercialización (CCC): Un enfoque desde las experiencias agroecológicas en el territorio brasileño. *Cooperativismo & Desarrollo*, 29(119), 1-33. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2021.01.05>
8. Cadavid-Castro, M. A., Álvarez-Castaño, L. S., Quintero-Vergara, S. D., Martínez-Bedoya, X. y Martínez-López, A. P. (2019). Redes alimentarias alternativas de Medellín y el Oriente de Antioquia: Espacios de construcción de confianza. *Perspectivas en Nutrición Humana*, 21(1), 53-69. <https://doi.org/10.17533/udea.pen.v21n1a05>
9. Canales Cortos de Comercialización en el Sector Agroalimentario. [Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Gobierno de España]. 2013.
10. Caicedo, D. (2013). La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín. *Ciencia & Tecnología Agropecuaria*, 14(1), 27-32. [https://doi.org/10.21930/rcta.vol14\\_num1\\_art:264](https://doi.org/10.21930/rcta.vol14_num1_art:264)
11. Cardona G. L. (2020). La noción de cadena de producción solidaria desde las experiencias de circuitos cortos de comercialización. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 4(1). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573667940014>
12. Craviotti, C. y Soleno, W. R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: Un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo agrario*, 16(33). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84544434001>
13. Dombrowski, S. (2017). Networks, Institutions, Culture and Association? A case study on associative actions in the German markets for organic food. WiSo-HH Working Pa-
14. per Series. <https://epub.sub.uni-hamburg.de/epub/volltexte/2017/67334/pdf/wp41.pdf>
15. El Comercio Justo y la soberanía alimentaria. [Alianza por un mundo responsable y solidario]. Julio de 2001. [https://base.socioeco.org/docs/doc-146\\_es.pdf](https://base.socioeco.org/docs/doc-146_es.pdf)
16. Follett, J. R. (2009). Choosing a Food Future: Differentiating Among Alternative Food Options. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 22(1), 31-51. <https://doi.org/10.1007/s10806-008-9125-6>
17. Furnaro, A., Ramírez, E., Eguillor, P., Laval, E., Acuña, D., Sotomayor, N., Jiménez, J., Namdar-Irani, M., Peñailillo, L., Guido, V. J., Acuña, J., Pérez, S., Danessi, R., Saa, C., Gajardo, I., Miranda, M., Baracatt, K. y Urzúa, A. (2015). *Como vender en circuitos cortos desafíos y oportunidades para la agricultura familiar campesina*. Rimisp. [https://www.rimisp.org/wp-content/files\\_mf/1448285606manual\\_circuitos\\_cortos.pdf](https://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1448285606manual_circuitos_cortos.pdf)
18. García, de V. M. (2013). *El Comercio Justo en España: Diagnósticos y alternativas en clave europea. El comercio justo en España*. Recuperado de <http://comerciojusto.org/publicacion/el-comercio-justo-en-espana-2013-diagnosticos-y-alternativas-en-clave-europea/>
19. Giraldo, R. D. P. Monsalve, Á. J. M., Vélez, A. L. M., Álvarez, C. L. S., Cadavid, C. M. A. y del Castillo, M. S. E. (2019). *Características de Estructuras Alternativas de Distribución de Alimentos en Colombia y su potencial para la construcción de Políticas Públicas de Soberanía y Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Universidad de Antioquia. <https://isbn.cloud/9789585526273/caracteristicas-de-estructuras-alternativas-de-distribucion-de-alimentos-en-colombia-y-su-potenc/>

19. Harris, J., Depenbusch, L., Pal, A. A., Nair, R. M. y Ramasamy, S. (2020). Food system disruption: Initial livelihood and dietary effects of COVID-19 on vegetable producers in India. *Food Security*, 12(4), 841-851. <https://doi.org/10.1007/s12571-020-01064-5>
20. Leguizamón, N. Z. P. y García, P. M. Á. (2017). Empoderamiento de las comunidades rurales a través de la proyección social del conocimiento científico. *Cultura científica*, (15), 124-133. [https://revista.jdc.edu.co/index.php/Cult\\_cient/article/view/33/143](https://revista.jdc.edu.co/index.php/Cult_cient/article/view/33/143)
21. Ley 2046 de 2020. [Congreso de Colombia]. Por la cual se establecen mecanismos para promover la participación de pequeños productores locales agropecuarios y de la agricultura campesina, familiar y comunitaria en los mercados de compras públicas de alimentos. 06 de agosto de 2020.
22. Mishra, A., Bruno, E. y Zilberman, D. (2021). Compound natural and human disasters: Managing drought and COVID-19 to sustain global agriculture and food sectors. *Science of The Total Environment*, 754, 142210. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.142210>
23. Pérez G. H., Zárate, Y. C. A. y Turbay, C. S. (2011). Conflictos ambientales: La biodiversidad como estrategia ordenadora del territorio. *Opinión Jurídica*, 10, 89-104. <http://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=94522288004>
24. Plan de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Medellín 2016-2028. [Unidad de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Alcaldía de Medellín]. 10 de noviembre de 2015.
25. Saravia, R. P. (2020). Circuitos cortos de comercialización alimentaria: Análisis de experiencias de la Región de Valparaíso, Chile. *Psicoperspectiva*, 19(2), 12. <http://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol20-issue2-fulltext-1914>
26. Serrano, A. A., Martínez B. M., Tiuzzo, S. y Pineda, C. D. (2020). Propuesta de asociatividad para productores hortícolas en Colombia. *Revista Espacios*, 41(49), 313-337. <http://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n49p27>
27. Suryadarma, D., Poesoro, A. y Akhmad. (2007). Impact of Supermarkets on Traditional Markets and Retailers in Indonesia's Urban Centers. *The SMERU Research Institute*. <https://www.neliti.com/publications/51025/impact-of-supermarkets-on-traditional-markets-and-retailers-in-indonesia-urban#>
28. Torres, M. J. y Santander, A. J. (2013). Introducción a las políticas públicas: Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía. IEMP Ediciones. [https://www.researchgate.net/publication/361619865\\_Introduccion\\_a\\_las\\_politicas\\_publicas\\_Conceptos\\_y\\_herramientas\\_desde\\_la\\_relacion\\_entre\\_Estado\\_y\\_ciudadania](https://www.researchgate.net/publication/361619865_Introduccion_a_las_politicas_publicas_Conceptos_y_herramientas_desde_la_relacion_entre_Estado_y_ciudadania)
29. Yacamán, O. C., Matarán, R. A., Mata, O. R., Macías, F. Á. y Torres, R. A. (2020). Peri-Urban Organic Agriculture and Short Food Supply Chains as Drivers for Strengthening City/Region Food Systems—Two Case Studies in Andalucía, Spain. *Land*, 9(6), 177. <https://doi.org/10.3390/land9060177>