Evaluación exploratoria del impacto del programa mercados campesinos de la Alcaldía de Medellín en la autonomía económica de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal, en el período 2023-2024.

Milena Cecilia Caliz Castro

María Camila Giraldo Giraldo

Natalia Osorio Sánchez

Monografía presentada para optar al título de Especialista en Evaluación Socioeconómica de Proyectos

Director

Harold Morales Grisales,

Magíster (Mgr.) en Gestión y Dirección de Proyectos

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos

Medellín, Antioquia, Colombia

2024

Cita	(Caliz Castro, Giraldo Giraldo, & Osorio Sánchez, 2024)
Referencia **Estilo APA 7 (2020)**	Caliz Castro, M. C., Giraldo Giraldo, M. C., & Osorio Sánchez, N. (2024). Evaluación exploratoria del impacto del programa mercados campesinos de la Alcaldía de Medellín en la autonomía económica de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal, en el período 2023-2024. [Trabajo de grado especialización]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

creative commons BY NC SA

Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos, Cohorte XIX.

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Vicerrectoría de Docencia

Sistema de Bibliotecas

Centro de Documentación Economía

Repositorio Institucional: http://bibliotecadigital.udea.edu.co

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano: Jair Albeiro Osorio Agudelo.

Jefe departamento: Juan Fernando Tavera Mesías.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Dedicamos esta monografía a todas las mujeres antecesoras que han alzado su voz para desafiar al sistema, a quienes han sido silenciadas o apartadas, y aquellas que hackean al sistema con sus acciones diarias. Nos dedicamos este trabajo a nosotras mismas, tres amigas en este viaje, quienes escribimos estas páginas como un reflejo de nuestro compromiso y apoyo mutuo, y con la convicción de visibilizar el trabajo y los desafíos que enfrentan las mujeres rurales. Agradecemos también al maestro que nos acompañó en la pregunta y propuso caminos críticos y dignos en la reflexión.

"En el contexto de las mujeres rurales, somos cuidadoras de la vida. Somos conscientes de nuestro rol de cuidadoras, sin embargo, hay una deuda histórica sobre el reconocimiento y remuneración del cuidado, queremos hablar de la economía de cuidado para que sea reconocido y remunerado"

Voces del territorio II. Vereda San José de la Montaña, San Cristóbal, Medellín.

Tabla de contenido

RESUMEN **10**

ABSTRACT **11**

GLOSARIO **12**

INTRODUCCIÓN **15**

1. OBJETO DE ESTUDIO Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA **18**

1.1 OBJETO DE ESTUDIO 18

1.1.1 Programa Mercados Campesinos *18*

1.1.2 Zona de estudio: Corregimiento de San Cristóbal *19*

1.1.3 Participación de las mujeres del Corregimiento San Cristóbal en el programa Mercados Campesinos. *21*

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 24

1.2.1 Antecedentes *24*

1.2.2 Planteamiento del problema *33*

1.2.3 Formulación del problema *38*

2. JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y ALCANCE **39**

2.1 JUSTIFICACIÓN 39

2.2 OBJETIVOS 41

2.1.1 Objetivo general *41*

2.1.2 Objetivos específicos *42*

2.3 ALCANCE 42

3. MARCO REFERENCIAL **49**

3.1 MARCO TEÓRICO 49

3.1.1 Autonomía económica *49*

3.1.2 Evaluación de impacto *57*

3.1.3 Enfoque de género *59*

3.2 MARCO LEGAL 60

3.2.1 Marco legal del programa Mercados Campesinos de la Alcaldía de Medellín 61
3.2.2 Políticas nacionales y locales de igualdad de género y enfoque diferencial 62
3.2.3 Políticas nacionales y locales de desarrollo rural. 65
3.3 MARCO CONCEPTUAL 67
3.3.1 Autonomía económica 67
3.3.3 Economía campesina 69
3.3.2 Mercados campesinos 71
4. METODOLOGÍA 72
4.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN 72
4.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN 72
4.3 FUENTES EMPLEADAS 74
4.4 TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE DATOS 74
5. RESULTADOS 79
5.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LAS MUJERES PARTICIPANTES DEL ESTUDIO 82
5.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO 84
5.3 ANÁLISIS CUALITATIVO 88
5.3.1 Ingresos 88
5.3.2 Educación 93
5.3.3 Uso del tiempo en trabajo remunerado 96
5.3.4 Uso del tiempo en labores no remuneradas 100
5.3.5 Acceso a tecnologías de la información y comunicación -TIC- 102
5.3.6 Tenencia de tierra y medios productivos 103
5.3.7 Acceso a mercados 104
5.3.8 Bancarización de las mujeres 107
5.3.9 Acceso a servicios 109
5.4 ANÁLISIS SOCIAL 110
5.4.1. Condiciones laborales 111
5.4.2. Derecho al agua o la tierra 111
5.4.3. Género e inclusión social 112
5.4.4. Seguridad alimentaria 112

5.4.5. Capital social *113*

5.4.6. Condiciones de vida de las mujeres *113*

5.5 RIESGOS POTENCIALES 114

6. CONCLUSIONES **116**

7. RECOMENDACIONES **119**

REFERENCIAS **121**

ANEXOS **126**

Lista de tablas

Tabla 1 Frecuencia de las variables analizadas..... 20

Tabla 2 Información sobre la participación de las mujeres de San Cristóbal en el programa Mercados Campesinos 2016-2019. 23

Tabla 3 Estrategias del Programa Mercados Campesinos. 29

Tabla 4 Programas y proyectos de la Alcaldía de Medellín durante 2018-2023. 31

Tabla 5 Árbol de problemas. 37

Tabla 6 Limitaciones y riesgos de la evaluación. 44

Tabla 7 Hallazgos estudio: Voces de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe ante las crisis multidimensionales. 53

Tabla 8. Indicadores de la autonomía económica del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. 56

Tabla 9. Marco legal relacionado con Mercados Campesinos……...……..61

Tabla 10. Marco legal relacionado con políticas nacionales y locales para la igualdad de género y enfoque diferencial..... 63

Tabla 11. Marco legal relacionado con el desarrollo rural a nivel nacional y local. 66

Tabla 12. Materialización de las variables en el instrumento de recolección. 76

Tabla 13. Metas de indicadores Mercados Campesinos 2024-2027. 80

Tabla 14 Promedio horas semanales que le dedican las mujeres al programa Mercados Campesinos 99

Lista de figuras

Figura 1 Deserción de mujeres de San Cristóbal del programa Mercados Campesinos 23

Figura 2 Personas que conforman el hogar de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control..... 84

Figura 3 Correlación del grupo de tratamiento. 85

Figura 4 Correlación del grupo de control. 86

Figura 5 Rol de las mujeres participantes del programa. 89

Figura 6 Ingresos promedio mujeres participantes y no participantes del programa. 91

Figura 7 Beneficio del ingreso. 92

Figura 8 Años de estudio realizados por las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control. 94

Figura 9 Relación entre los ingresos promedio mensuales y los años de estudio de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control. 95

Figura 10 Horas semanales promedio dedicadas a trabajo remunerado. 97

Figura 11 Ingresos promedio según horas semanales promedio dedicadas a trabajo remunerado. 99

Figura 12 Horas diarias promedio dedicadas a labores no remuneradas. 101

Figura 13 Ingresos promedio según horas semanales promedio dedicadas a trabajo no remunerado. 102

Figura 14 Percepción de las mujeres sobre el impacto de su participación productiva. 105

Figura 15 Distribución del ingreso mujeres Mercados Campesinos. 106

Figura 16 Distribución del ingreso mujeres San Cristóbal. 107

Figura 17 Uso de productos financieros de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control. 108

Lista de anexos

Anexo A. Encuesta para aplicar a mujeres participantes de mercados campesinos y no participantes del corregimiento de San Cristóbal.

Anexo B. Gráficos rectangulares sobre los desafíos que presenta el grupo de control y el grupo de tratamiento en el desarrollo de sus actividades productivas

Siglas, acrónimos y abreviaturas

CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Resumen

El programa *Mercados Campesinos* en la ciudad de Medellín fomenta la comercialización directa de productos agrícolas y transformados, beneficiando a cientos de familias, especialmente en el corregimiento de San Cristóbal como el territorio rural con mayor participación. Esta monografía realiza un acercamiento concreto hacia las mujeres participantes, evaluando de manera exploratoria el impacto del programa en la autonomía económica de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal entre 2023-2024.

La investigación correlaciona variables asociadas a la autonomía económica, y analiza las percepciones de las participantes sobre los cambios logrados, y las diferencias frente a mujeres no participantes. Desafíos como la sobrecarga de trabajo no remunerado y el acceso a pocos años de educación restringen su impacto.

Se concluye que, aunque el programa contribuye al desarrollo económico rural, requiere ajustes para mejorar la equidad de género y la redistribución de las labores productivas y reproductivas en el escenario rural. Las recomendaciones se enfocan en la necesidad de nuevos estudios y sugerencias para la administración pública.

Palabras clave: impacto, autonomía económica, economía campesina, Mercados Campesinos, evaluación ex-post.

Abstract

Mercados Campesinos as a public program in the city of Medellín, promotes the direct marketing of agricultural and processed products, benefiting hundreds of families, particularly in San Cristóbal, the rural territory with the highest participation. This monograph takes a focused approach to the participating women, exploring the impact of the program on their economic autonomy in the township of San Cristóbal between 2023 and 2024.

The research examines variables associated with economic autonomy, analyzes participants' perceptions of the changes achieved, and compares them to the experiences of non-participating women. Challenges such as the burden of unpaid work and limited years of access to education limit the program's overall impact.

The study concludes that, while the program contributes to rural economic development, adjustments are needed to enhance gender equity and better balance productive and reproductive work in rural contexts. The recommendations emphasize the importance of further studies and provide suggestions for public administration improvements.

*Keywords***:** impact, economic autonomy, peasant economy, farmer’s markets, ex-post evaluation.

Glosario

Asignación aleatoria simple: técnica de distribución de los participantes a un estudio o programa, bajo criterios aleatorios a un grupo de tratamiento o control, garantizando igualdad de probabilidades.

Autonomía económica: relación de la capacidad de generar ingresos, administrar recursos propios y tener control sobre decisiones económicas con las condiciones del entorno.

Cadenas de valor: conjunto de actividades necesarias para llevar un producto o servicio desde su concepción hasta el consumidor final.

Comercialización directa: venta de productos del productor al consumidor final sin intermediarios.

Contrafactual: escenario hipotético de referencia para medir el impacto real del programa, a partir de un grupo que no tuvo participación o relación con la intervención.

Correlación: relación estadística entre dos variables que asocia o afecta el cambio de una variable en la otra. La correlación no implica necesariamente causalidad directa.

Desarrollo rural: proceso de mejora en la calidad de vida y bienestar de las comunidades rurales, mediante iniciativas económicas, sociales y ambientales que promuevan la equidad, sostenibilidad y participación local.

Economía campesina: producción caracterizada por la composición de pequeñas unidades familiares rurales, que incluye dinámicas de trabajo propio con prácticas agrícolas de subsistencia y, en algunos casos, comercialización a pequeña escala.

Efecto: cambios o transformaciones generados a mediano plazo como consecuencia de la implementación de un programa o proyecto. Puede incluir impactos directos e indirectos en las personas, comunidades o instituciones involucradas.

Enfoque de género: perspectiva analítica que integra las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres en el análisis, diseño y ejecución de políticas, programas o investigaciones, promoviendo la equidad de género.

Enfoque diferencial: perspectiva que considera las características específicas de distintos grupos poblacionales para garantizar que las intervenciones públicas respondan a sus necesidades particulares. Este enfoque reconoce que las personas viven desigualdades adicionales debido a factores como género, etnia, edad, discapacidad, orientación sexual, o contexto socioeconómico.

Empoderamiento económico: proceso mediante el cual las personas, en especial mujeres, adquieren habilidades y recursos para tomar decisiones económicas de manera autónoma.

Evaluación ex-post: análisis que mide los resultados, efectos, impactos y la sostenibilidad a largo plazo de un proyecto o intervención una vez concluido.

Inclusión financiera: acceso y uso de productos y servicios financieros adecuados y accesibles para las personas, especialmente para poblaciones tradicionalmente marginadas.

Impacto: efectos generados por una intervención, programa o proyecto sobre el entorno o población. Pueden ser efectos directos, indirectos, positivos, negativos, esperados o inesperados.

Mercados Campesinos: espacios de comercialización directa en el que productores rurales y campesinos ofrecen sus productos al consumidor final, reduciendo la intermediación y promoviendo la economía local.

Pareamiento –matching-: método utilizado en evaluaciones ex-post para emparejar a individuos o unidades con características similares en grupos de tratamiento y control, reduciendo sesgos al estimar el impacto de una intervención.

Población campesina: *grupo de personas que vive y trabaja en áreas rurales, principalmente dedicadas a actividades agrícolas.*

Resultado: producto o consecuencia directa e inmediata de las actividades realizadas dentro de un programa o intervención. Representa los logros concretos alcanzados en el corto plazo.

San Cristóbal: corregimiento de Medellín conocido por su vocación rural inmerso en actividades agrícolas y pecuarias, y en dinámicas de agroturismo.

Trabajo no remunerado: actividades realizadas sin compensación económica, generalmente vinculadas a labores domésticas y de cuidado.

Transformación de productos: proceso por el cual productos agrícolas se convierten en bienes con mayor valor agregado mediante procesos industriales o manuales.

Introducción

El programa Mercados Campesinos, implementado en Medellín desde 1988, ha sido una plataforma de comercialización robusta para fortalecer la economía campesina, eliminando intermediarios y promoviendo el comercio directo entre productores rurales y consumidores urbanos. Este modelo pensado en la lógica económica ha generado interacciones socioeconómicas para las mujeres rurales participantes, quienes históricamente han enfrentado barreras más complejas -que las mujeres urbanas- y significativas para su desarrollo profesional y personal.

Si bien la economía campesina prioriza la satisfacción de las necesidades familiares, por encima de la acumulación de riqueza (Vargas, 1987, como se citó en Pineda et al., 2018), la contribución de las mujeres en la economía campesina enfrenta limitaciones debido a la falta de acceso a recursos, la sobrecarga en labores no remuneradas y normas sociales discriminatorias del entorno. Según la CEPAL (2016), la autonomía económica es un pilar fundamental para alcanzar la igualdad de género, ya que permite a las mujeres generar ingresos propios, disponer de tiempo para su desarrollo integral y participar activamente en el mercado laboral y en espacios de decisión.

A pesar de que el programa genera beneficios palpables y cuenta con una gran acogida y legitimidad, se encuentra un vacío en las investigaciones sobre *Mercados Campesinos* para evaluar su impacto en la autonomía económica de las mujeres rurales.

Desde la perspectiva metodológica, las evaluaciones de impacto son determinantes para identificar los efectos directos e indirectos de programas sociales, generando evidencia que pueda sustentar la reformulación y mejora de estas iniciativas. Incorporar un enfoque de género en este

análisis permite entender las dinámicas específicas que afectan a las mujeres rurales y evaluar si el programa contribuye de manera efectiva a reducir las brechas de género.

La presente investigación se centra en el corregimiento de San Cristóbal, como un territorio de suma importancia para los Mercados Campesinos. A través de un enfoque mixto -que contempla un análisis estadístico exploratorio y una perspectiva cualitativa basada en la interpretación de experiencias y percepciones-, este trabajo busca determinar los impactos del programa en la autonomía económica de las mujeres participantes durante el periodo 2023-2024. Este análisis no solo contribuye a llenar un vacío de conocimiento sobre los efectos de las políticas públicas rurales, sino que también aporta herramientas para diseñar intervenciones más inclusivas y equitativas.

El documento ha sido estructurado en un primer apartado con la presentación de la problemática, los objetivos propuestos, el alcance de este estudio y la importancia de investigar este fenómeno en clave de generar evidencia e información para replicar o reformular políticas.

Posteriormente, se desarrolla el marco referencial que abarca conceptos como autonomía económica, economía campesina, enfoque de género, entre otros; las normas que enmarcan el accionar institucional sobre los *Mercados Campesinos*; y la conversación en torno a teorías que guían el enfoque del estudio.

Finalmente, se presenta la metodología, los resultados del análisis, las conclusiones derivadas de los hallazgos y una serie de recomendaciones orientadas a fortalecer el impacto del programa que fomente la equidad de género en el escenario rural.

La monografía aquí propuesta va más allá del ámbito académico, contribuyendo a la generación de políticas públicas efectivas, promoviendo un enfoque integral en la formulación de proyectos, programas y políticas, que además reconozcan el rol de las mujeres rurales como agentes de cambio en sus comunidades. La evaluación ex post del programa Mercados

Campesinos es una herramienta para avanzar hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que contempla la equidad de género dentro de sus pilares.

1. Objeto de estudio y descripción del problema

El presente apartado describe el programa *Mercados Campesinos,* enfocado en las mujeres participantes del programa del corregimiento de San Cristóbal. Además, se sitúan los antecedentes del programa, el planteamiento del problema y la delimitación del objeto de intervención. El objetivo principal del programa es promover el desarrollo económico local mediante la creación de espacios de comercio justo, lugares en los que es necesario evaluar su impacto en la autonomía económica de las mujeres rurales, quienes enfrentan desafíos significativos como el acceso limitado a recursos financieros y la falta de oportunidades de empleo remunerado.

1.1 Objeto de estudio

1.1.1 Programa Mercados Campesinos

El programa *Mercados Campesinos* en Medellín surge como iniciativa en los años 80 a la luz del Acuerdo Municipal 039 de 1988 (Pineda Gómez et al., 2018). Su propósito principal es impactar de manera directa la economía rural -sin intermediarios-, con la oferta de productos orgánicos, de buena calidad y a menores costos (Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana -ACI-, 2018).

En cifras totales, actualmente el programa impacta a 555 familias: 250 familias de manera directa y 305 de forma indirecta, ubicadas en 21 puestos de venta en la zona urbana de la ciudad de Medellín bajo diferentes modalidades (Alcaldía de Medellín, 2024b). Cabe resaltar que, según datos de la (Alcaldía de Medellín, 2023), entre 2020 y 2023 se registraron ventas por 14.638 millones de pesos, que van directamente a la economía rural de las familias campesinas, dejando claro la importancia y potencial del programa para la ciudad.

El presente estudio, se enfoca en el corregimiento de San Cristóbal, gracias a su potencial como productor en actividades agrícolas y pecuarias —con gran relevancia en la producción de flores—. Además, es el territorio con mayor participación en el programa, en comparación con los demás corregimientos, con 217 personas activas que ofrecen sus productos bajo los diferentes medios de comercialización (Alcaldía de Medellín, 2024b).

1.1.2 Zona de estudio: Corregimiento de San Cristóbal

Los *Mercados Campesinos* son relevantes para los corregimientos de Medellín, los cuales se ubican en las zonas rurales de la ciudad, y en su mayoría tienen vocación agrícola. Según la (Corporación Ruta N & Alcaldía de Medellín, 2022), estos territorios atienden el 4% de la demanda de alimentos de la ciudad.

San Cristóbal es un corregimiento de la ciudad de Medellín, con una posición competitiva y caracterizado por su potencial en términos de producción de alimentos. Geográficamente, se ubica a 11 kilómetros de distancia de Medellín, limitando con el municipio de Bello, el corregimiento de Palmitas, Altavista y San Antonio de Prado (Alcaldía de Medellín, 2021). Este corregimiento tiene una ubicación geoestratégica y con una posición competitiva, demostrando su potencial en términos de producción de alimentos. No obstante, según la ficha de caracterización territorial 60-San Cristóbal de (Alcaldía de Medellín, 2024a), construida a partir de la Encuesta de Calidad de Vida 2022, la mayoría de los habitantes del corregimiento están en los dos estratos socioeconómicos más bajos, siendo el estrato 2 el más preponderante, con el 51,64 % de la población.

De acuerdo con el informe de caracterización realizado por (Alcaldía de Medellín, 2021) y presentado en el Programa Agropecuario Municipal -PAM-, el corregimiento de San Cristóbal presenta las siguientes características socioeconómicas: i) el 68.20% de la población se encuentra

en edad productiva que oscila entre los 20 y 69 años; y ii) este es el segundo corregimiento que destina un gran porcentaje de sus suelos al uso agropecuario con un 44,8%.

Adicionalmente, en dicha caracterización se realizaron talleres participativos con las comunidades, para analizar diferentes problemáticas y la frecuencia que consideraban que afectaba su entorno (***Tabla 1***). Los hallazgos arrojaron los valores más altos para el corregimiento de San Cristóbal con una concurrencia en diferentes problemáticas que impiden el desarrollo agropecuario del territorio como son: i) Baja dotación de insumos agropecuarios, ii) baja infraestructura productiva, iii) bajas estrategias de comercialización, iv) insuficientes estudios e insumos técnicos, entre otras variables, que ponen de manifiesto la intervención para mejorar la productividad agrícola sostenible que tenga en cuenta el componente económico, social, y ambiental (Alcaldía de Medellín, 2021).

Tabla 1

Frecuencia de las variables analizadas

Variables (Problemáticas)	**Frecuencia por corregimiento**					
	Altavista	**Palmitas**	**San Antonio**	**San Cristóbal**	**Santa Elena**	**Total General**
Baja capacidad de transformación	1	2	3	5	5	16
Baja conectividad rural		5	2	3	1	11
Baja dotación de herramientas agropecuarias	3	8	2		3	16
Baja dotación de insumos agropecuarios	5	12	5	15	17	54
Baja financiación al sector agropecuario		3		1	1	5
Baja infraestructura productiva	3	10	5	15	12	45

Variables (Problemáticas)	Frecuencia por corregimiento					
	Altavista	**Palmitas**	**San Antonio**	**San Cristóbal**	**Santa Elena**	**Total General**
Baja planeación sectorial	2	1	2	3	4	12
Bajas estrategias de comercialización	4	4	4	6	6	24
Bajo desarrollo y formalización del sector agroturístico	3	3	3	7	2	18
Bajo recurso hídrico	1	4	2	4		11
Insuficiente Marketing territorial productivo	1	1		2		4
Insuficientes estudios e insumos técnicos	1			6	1	8
Insuficientes proyectos productivos	2	3	2	2	3	12
Insuficientes tierras o terrenos	1		2	1	2	6
Total general	**29**	**56**	**36**	**72**	**58**	**251**

Fuente. (Alcaldía de Medellín, 2021)

En torno a los retos del desarrollo rural del corregimiento, programas como *Mercados Campesinos* son una alternativa a la problemática de las bajas estrategias de comercialización, al ser un espacio libre de intermediarios, que permite una comercialización justa y directa con los compradores.

1.1.3 Participación de las mujeres del Corregimiento San Cristóbal en el programa Mercados Campesinos.

Como sujetos relevantes en la familia, el rol de la mujer en la economía campesina es un eje movilizador del sostenimiento familiar. Su participación determina significativamente los

resultados para cumplir con la cadena de valor del programa, en cuanto a la producción de productos, y la organización de la agricultura familiar.

Según datos de la (Secretaría Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín, 2019) actualizados hasta el año 2019, en el corregimiento de San Cristóbal participaban 71 mujeres en el programa -que aún se encuentran activas-. De las 71, 37 de ellas participan o se benefician indirectamente del programa Mercados Campesinos -como proveedoras de productos a quienes asisten directamente-, mientras que 34 asisten directamente a los espacios de comercialización. Contrastado con datos recientes, (Alcaldía de Medellín, 2024b) señala que para 2024 se identificaron 79 mujeres participantes, es decir que, entre 2020-2023 solo ocho (8) mujeres ingresaron a participar. Estos hallazgos son relevantes debido al peso del corregimiento para el programa, además se requiere indagar las razones frente a la baja participación de las mujeres en estos 4 años.

Por otro lado, y de acuerdo con la ***Tabla 2***, la oferta de las mujeres participantes varía entre productos primarios -los que no se han transformado- y aquellos que han pasado por un proceso de modificación para llegar al producto final. Las cifras en este caso resaltan que, mayoritariamente las mujeres del programa ofrecen productos primarios con 53 de ellas, mientras que 18 se ocupan de productos transformados (Secretaría Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín, 2019).

Tabla 2

Información sobre la participación de las mujeres de San Cristóbal en el programa Mercados Campesinos 2016-2019.

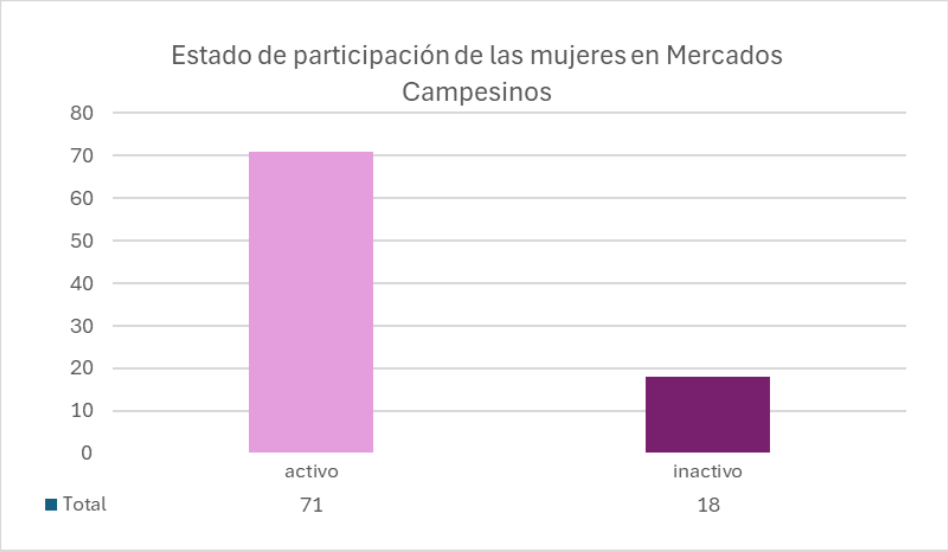
	Número de mujeres participantes		
Tipo de producto	**Activas**	**Inactivas**	**Total**
Producto transformado	18	11	29
Producto primario	53	7	60

Fuente. Elaboración propia a partir de (Secretaría Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín, 2019).

Frente a la deserción de mujeres en el programa, los hallazgos arrojan que la mayoría permanece, teniendo en cuenta datos del 2016-2019 (ver ***Figura 1***). La consulta más reciente a la Secretaría Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín (2024) registra una deserción aproximada del 4% en las últimas administraciones.

Figura 1

Deserción de mujeres de San Cristóbal del programa Mercados Campesinos



Fuente: Elaboración propia a partir de (Secretaría Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín, 2019).

Considerando fenómenos como la alta participación de San Cristóbal en *Mercados Campesinos*, las potencialidades locales, y los retos en torno a la participación de las mujeres en el programa, se decide enfocar el estudio en dirección de los efectos que ha tenido el programa en la autonomía económica de las mujeres participantes del territorio.

Se reconoce que, en la actualidad se han diseñado e implementado políticas públicas, programas y proyectos institucionales que contemplan las labores domésticas y de cuidado que realizan las mujeres para mantener la economía capitalista, campesina y la vida misma; no obstante, aún continúan los retos en las intervenciones desde diferentes sectores para la inserción de las mujeres al mercado laboral y en dinámicas de productividad, puesto que no se redistribuyen o reducen las barreras que siguen limitando la autonomía económica de las mujeres como el trabajo no remunerado realizado en un contexto rural y de economía campesina.

1.2 Descripción del problema

1.2.1 Antecedentes

La economía campesina se enfoca en la reproducción material del trabajo a partir del trabajo familiar, en contraste con el asalariado en el sistema capitalista (Vargas, 1987, como se citó en Pineda et al., 2018). Esto implica que, los integrantes de las unidades familiares puedan "garantizar la satisfacción de las necesidades del núcleo familiar, siendo los mercados campesinos una manifestación de esa economía", generando vínculos directos entre productores y consumidores "(...) que apuntan a la eliminación del intermediario, para construir una forma de generar nuevas relaciones y beneficios mutuos" (Pineda et al., 2018, p. 89).

Es importante mencionar que, el rol de la mujer en la economía campesina es transversal en el proceso de organización familiar, lo cual directamente puede ser una oportunidad para la autonomía económica de las mujeres, en tanto pueden decidir participar en el mercado laboral,

administrar la provisión de servicios de cuidado en la familia, tener mejores condiciones de vida a partir de la generación de sus propios ingresos, tomar decisiones a nivel personal y en la familia, o puede ser un condicionante, en términos de que todas estas funciones recaigan en la mujer por obligación y sin posibilidad de elección.

En algunos estudios, se ha encontrado que además del lugar protagónico que las mujeres cumplen al interior de la organización campesina, en instancias donde las mujeres ocupan lugares de negociación y comercialización, la oportunidad que se habilita en términos de su autonomía es mayor.

De acuerdo con el estudio "Los mercados campesinos, una vitrina de oportunidades para fomentar la autonomía de la mujer rural por medio de sus actividades productivas" realizado por (Bastidas et al., 2022), los mercados campesinos y estrategias similares son una alternativa para el desarrollo rural, promoviendo el empoderamiento de las mujeres campesinas en la producción, cosecha y comercialización, con el propósito de eliminar la intermediación e impactando así los ingresos de la unidad familiar, así como la destinación de tiempo que tiene la familia para las actividades propias de la cadena de producción.

Si bien el acceso a nuevas funciones, roles y actividades se convierte en oportunidad para las mujeres, en otros casos, la sobre carga de las tareas del cuidado más las nuevas funciones que asumen, pueden representar limitaciones a su autonomía económica, debido a que el trabajo realizado por la mujer en el contexto familiar se ve como una obligación y no se reconoce a nivel económico y social.

Retomando la experiencia de los Mercados Campesinos en la región central de Bogotá, en un estudio realizado por (Ordoñez et al., 2011) se menciona que hay una creciente diversificación de las actividades económicas de las mujeres rurales, dedicándose a labores domésticas, agropecuarias y no agropecuarias. Principalmente se encargan de la producción de alimentos, la

cría, cuidado de animales, y otras labores de trabajo de cuidado en el marco de la economía familiar, las cuales no son remuneradas por la economía del mercado.

A nivel de participación en la economía local, la presencia de las mujeres viene en crecimiento, aunque aún no es superada en relación con los hombres. En la experiencia de Bogotá, durante los meses de enero a agosto de 2009, las mujeres fueron el 43,9% (1.062 mujeres) del campesinado presente en los mercados realizados en las localidades; mientras que para el primer semestre del año 2011, las mujeres participantes fueron 1.955, (46,9%), frente a 2.217 (53,1%) hombres (Ordoñez et al., 2011, p.241).

La contribución de las mujeres al desarrollo de la economía campesina en muchos casos se considera invaluable, pues las mujeres son reconocidas como principales gestoras de la organización familiar. (Monroy Contreras et al., 2020) en una investigación de la Universidad Antonio Nariño sobre el "Empoderamiento de la Mujer Rural de Asoagrotoca y su Producción de papa", reconocen las desigualdades que las mujeres rurales enfrentan en lo económico, lo cultural y también en sus hogares, lo que dificulta una plena participación en los procesos económicos relacionados a la agricultura por la valoración social y el reconocimiento económico de sus labores.

Según la Organización de las Naciones Unidas (n.d.) - (en adelante ONU) - ha señalado que las mujeres campesinas son las más afectadas por la pobreza y precariedad en su contexto, al no disponer de las mismas oportunidades para el acceso a la tierra, créditos, materiales agrícolas, mercados o cadenas de productos agrícolas de alto valor. En relación con diversos estudios como: "Análisis de la situación socioeconómica de las mujeres rurales en Colombia 2022-2023" de la Universidad Externado, "Mujeres rurales y programas de compras públicas en América Latina y Caribe" de la FAO y "Las mujeres campesinas: su gran aporte a la agricultura familiar y la economía productiva" del Ministerio de Salud y Protección Social, se analiza que incorporar en

contextos rurales iniciativas en torno a la asociatividad y comercialización, moviliza las condiciones y la calidad de vida de las mujeres del territorio.

Es en el marco de la generación de oportunidades para el desarrollo económico, que programas como Mercados Campesinos se enfocan en fortalecer los procesos de comercialización de la agricultura familiar campesina. En particular, el programa objeto de estudio en la ciudad de Medellín busca impactar positivamente las dinámicas comerciales de las familias campesinas de los corregimientos del municipio.

Como política pública a lo largo del tiempo, ha contemplado algunas actualizaciones normativas, entre las se encuentran, principalmente, los requisitos que deben cumplir las personas interesadas en participar de este programa. Específicamente en el Decreto Municipal 102 de 1989 se destaca la focalización a la población campesina de la ciudad de Medellín, donde podían participar solo productores directos y que su lugar de cultivo sea en Medellín. Posteriormente, la Alcaldía de Medellín mediante el Decreto Municipal 497 de 2000, modificó el Decreto 102 de 1989, incluyendo como requisito que las personas interesadas debían recibir una visita a su predio para determinar la inclusión en el programa (Secretaría General de la Alcaldía de Medellín, 2020).

Los requisitos de participación en la estrategia de comercialización de mercados campesinos son los siguientes: (a.) Ser mayor de edad, (b.) estar inscrito en el registro de usuarios de extensión agropecuaria. (c.) ser productor local residente en alguno de los corregimientos de Medellín (San Sebastián de Palmitas, San Cristóbal, San Antonio de Prado, Altavista o Santa Elena). (d.) ser productor del sector agropecuario y/o emprendedor transformador de productos, para el abastecimiento y suministro de productos de origen agropecuario; que cumplan con los requisitos sanitarios en materia de calidad e inocuidad. (e.) tener capacidad de suministrar el producto según las cantidades acordadas con la demanda del producto. (f.) entregar el producto

empacado a partir de las características que solicite el demandante. (g.) capacidad de generación de cuentas de cobro, tener cuenta bancaria y Rut; conforme a la necesidad del comprador. Si no tiene capacidad, la Subsecretaría de Desarrollo Rural brinda capacitación para que el usuario lo realice. Además de dicha modificación a lo largo del tiempo y con base en la documentación actual disponible, se identificó que el programa no tuvo transformaciones estructurales sobre su propósito.

Adicionalmente, para el período de gobierno local actual, el programa *Mercados Campesinos* hace parte de una estrategia contemplada en el Plan de Desarrollo Municipal 2024-2027, e integrada a la Secretaría de Desarrollo Económico y la Subsecretaría Rural, la cual declara en su objetivo general:

> Aumentar las condiciones para el desarrollo humano integral desde la primera infancia, posibilitando la inclusión, acceso a derechos y oportunidades tanto educativas, como deportivas, recreativas y culturales para el progreso social, bienestar y calidad de vida de las y los habitantes del Distrito de Medellín, promoviendo el desarrollo de capacidades y capital humano, que integrado con ciencia, tecnología e innovación impulsan el desarrollo económico inclusivo y sostenible, generando oportunidades equitativas para las y los jóvenes y mujeres del territorio, además de posicionar al Distrito como un destino turístico y centro empresarial de relevancia global (Alcaldía de Medellín, 2024b).

Si bien en su dimensión estratégica se declara a las mujeres como una población a impactar, en el marco de su componente de Desarrollo Económico, Productividad y Competitividad la propuesta es focalizada al desarrollo empresarial del territorio, así:

> Fortalecer la productividad, competitividad y sostenibilidad del Distrito de Medellín, a través de la integración de la ciencia, la tecnología y la innovación a los diferentes procesos productivos creando una sólida plataforma competitiva para las empresas

> asentadas en el territorio del distrito, que estimule el crecimiento y la prosperidad de la región, a través de la promoción de un desarrollo económico inclusivo y sostenible, que se traduzca en la creación de oportunidades laborales, generación de ingresos y bienestar para la comunidad (Alcaldía de Medellín, 2024b).

Como otro de los objetivos principales de *Mercados Campesinos*, se encuentra la promoción del crecimiento económico, social, ambiental e institucional en las áreas rurales, centrándose en:

> Promover los circuitos cortos de comercialización, mejorando el nivel de ingresos de la población campesina y aumento de la productividad del agro, generando mayor equidad en la distribución de utilidades generadas a lo largo de la cadena de comercialización de los productores del sector agropecuario (Alcaldía de Medellín, 2024b).

Sobre este objetivo del programa, se focaliza el presente estudio. Puesto que marca un hito significativo en términos de lo que se espera del programa en la generación de equidad y redistribución de utilidades en la cadena de comercialización. Aunque no se focaliza el público, se nombra la relevancia de la población campesina como actores de la cadena. Por ello, a continuación (***Tabla 3***), se ubican las estrategias vigentes del programa que se implementarán para lograr los objetivos anteriormente mencionados:

Tabla 3

Estrategias del Programa Mercados Campesinos.

Estrategia	Descripción
Tienda de mercados campesinos en parques	Canal de comercialización de venta directa al detal de productos de origen rural agropecuario, cultivados por productores del sector agropecuario dentro de su predio; o por emprendedores de

Estrategia	Descripción
	productos transformados de origen agrícola o pecuario producidos en los corregimientos de Medellín.
Tienda de mercados campesinos itinerantes (vitrina)	Canal alternativo y directo para la comercialización de productos agropecuarios de origen rural frescos con y sin transformación. Este canal opera en la modalidad de feria y reúne una oferta diversa con gran potencial gastronómico.
Tienda de mercados campesinos itinerantes móvil	Estrategia itinerante que cuenta con mobiliario y elementos con la capacidad de armarse, instalarse y transportarse, el cual posee diseño atractivo que transmite frescura, con una exhibición que permite resaltar y mostrar la labor agrícola, pecuaria y agroindustrial de los corregimientos, propiciando la venta de productos en diferentes espacios y escenarios de la ciudad.
Tienda mercados campesinos itinerante institucional	Con esta estrategia se logra la comercialización de cosechas y productos transformados entre productores y clientes institucionales o mercados de grandes superficies, ya sea empresas públicas o privadas. Con estos enlaces se mejora el precio de venta para el productor del sector agropecuario, y se logra que el cliente institucional cuente con productos de excelente calidad con unos precios muy competitivos, evitando los intermediarios como las plazas de mercado.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Alcaldía de Medellín, 2024b)

El programa define las estrategias para impactar las dinámicas propias de la ruralidad y el campesinado, quienes cuentan con características diferenciales como grupo social. (Castillo et al. (2016), como se citó en Pineda Gómez et al., 2018) señala que el campesinado se representa en las unidades familiares, eje para la transformación y producción de la agricultura, lo que manifiesta un impacto significativo en el desarrollo económico del país. A pesar de ello, existen interrogantes ante el nivel de participación y relevancia de las mujeres del programa, comprendiendo que de manera indirecta pueden ser estrategias vinculantes para la equidad de género de este grupo poblacional en el contexto de la agricultura familiar.

A continuación, como antecedente al programa, se destacan algunas intervenciones que han buscado mejorar los ingresos de los campesinos, garantizar la seguridad alimentaria y mejorar la productividad en aras del desarrollo rural y la competitividad. De este modo, desde 2016 se identificaron programas, proyectos y políticas públicas plasmadas en los Planes de Desarrollo Municipal, compiladas en la ***Tabla 4***.

Tabla 4

Programas y proyectos de la Alcaldía de Medellín durante 2018-2023.

Tipo	Nombre	Período de gobierno local	Descripción
Programa	Desarrollo empresarial rural	2016-2019	Participación en la economía por parte de los territorios rurales, fortaleciendo las capacidades productivas y empresariales.
Proyecto	Política Pública de Desarrollo Rural de Medellín	2016-2019	Acompañamiento técnico a los pequeños productores de los corregimientos, así como la implementación del Programa Alimentario Municipal –PAM-.

Tipo	Nombre	Período de gobierno local	Descripción
Proyecto	Creación y fomento de empresas rurales	2016-2019	Proyectos productivos apoyados para la comercialización y transformación de productos rurales, agregando valor, bajo un intercambio justo y minimizando intermediarios.
Proyecto	Comercio local	2016-2019	Apoyo a productos transformados, primarios o manufacturados para la generación de autoempleo e ingresos de las familias campesinas.
Programa	Producción rural para el desarrollo	2020-2023	Impulsar y fortalecer el valor agregado a productos agropecuarios, aumentando la competitividad, la productividad y el desarrollo rural.
Política Pública	Política Pública para las Mujeres Urbanas y Rurales de Medellín	2018 (reformulada)	La Política Pública, iniciada en 2003 y reformulada en 2018, busca garantizar igualdad de oportunidades y derechos, abarcando seis dimensiones: autonomía económica, educación, participación, salud, seguridad y paz. La Secretaría de las Mujeres lidera su implementación, enfocándose en atención a víctimas, sensibilización, educación, subsidios y pedagogía de paz.

Fuente Elaboración propia a partir de (Alcaldía de Medellín, 2016) y (Alcaldía de Medellín, 2020).

Como se puede observar en la ***Tabla 4***, más que una oferta competitiva o sustituta a los *Mercados Campesinos*, las intervenciones en territorio complementan al programa, fortaleciendo

el proceso en términos de mercadeo y comercialización. Por lo tanto, un factor común a los programas y proyectos anteriores es el aumento de la producción agrícola y pecuaria, además de un acompañamiento técnico y de incentivos.

En el caso del territorio priorizado para la evaluación objeto de la presente monografía, se identifica que, en cuanto a participación social, San Cristóbal fue la comuna con mayor participación en los resultados del Índice de Participación Ciudadana, hallando que el 50,28% de personas que participan son mujeres. Adicional, la participación de la población del territorio en iniciativas, propuestas o proyectos que benefician su comuna o corregimiento es del 26,26%, versus un 73,74% que manifiesta no participar. Estos resultados se contrastan en torno a la percepción que tienen las personas en un 74,86%, quienes consideran que la movilización social y/o participación genera impactos significativos en las medidas que adopta la administración municipal frente a los programas desarrollados en el territorio (Alcaldía de Medellín, 2024a).

Dicho lo anterior, se evidencia que los *Mercados Campesinos* tienen una relación relevante con la autonomía económica de las mujeres rurales que participan de ellos, ya que algunos supuestos mencionan que las mujeres ganan en capacidad de agencia y desarrollo propio, y en otras ocasiones, que los mercados o instancias de comercialización sobrecargan las responsabilidades ya existentes. Se reconoce que, en términos de la política pública para Medellín, no se cuenta explícitamente con la intención de contribuir a las mujeres como grupo especial seleccionado, aunque existen diferentes iniciativas en torno a la comercialización.

1.2.2 Planteamiento del problema

Dentro del orden social del sistema económico, las mujeres, históricamente han sido relegadas a un lugar de desigualdad, que ha afectado su desarrollo personal y su calidad de vida. Desde la división sexual del trabajo, se determinaron roles y funciones sociales a las personas con

base en la diferenciación de su sexo, dándose así una oposición importante sobre las dimensiones del trabajo productivo versus el reproductivo; el primero siendo el predominante y el segundo, siendo improductivo e irrelevante.

En este sentido, la generación de valor, específicamente la plusvalía, requería asumir unos roles más masculinizados que asumían los hombres por ser varones, pero las labores en torno a lo reproductivo las debían realizar las mujeres por la razón de no ser varones (Estermann, 2021). Esto limitaría la vida de las mujeres y sujetos feminizados en torno a la vida cotidiana, familiar, comunitaria y organizacional.

Como señala la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2022) las mujeres rurales ganan en promedio un 18,4% menos que los hombres rurales. A pesar de no estar excluidas de la cadena de valor, ni del emprendimiento, las mujeres rurales enfrentan obstáculos debido a normas sociales discriminatorias y dificultades para acceder al conocimiento. Lo anterior, se genera por las cargas desproporcionadas de cuidado no remunerado, que afectan las oportunidades de empleo y generación de ingresos.

En el caso colombiano, las cifras de pobreza monetaria para las mujeres rurales en el año 2020 se ubicaron en $199.808 pesos colombianos, es decir que, por debajo de este valor este grupo poblacional se consideraba dentro del índice, o sea, en condición de pobreza monetaria(Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, n.d.). En contraste con los datos más recientes del (Departamento Nacional de Estadística -DANE-, 2024), se expone que el 41,2% de las mujeres rurales a nivel nacional están en esta condición, frente al 26,4% de las 13 ciudades más relevantes del país.

Algunos de los determinantes sobre el ingreso, parten de las condiciones de trabajo remunerado que tienen las mujeres. En el contexto laboral, sucede el fenómeno de la brecha salarial, esta se refiere al pago desigual que se da entre hombres y mujeres, aunque se desempeñe

la misma labor o exista una segmentación vertical donde las mujeres ocupen cargos de menor pago (ONU Mujeres, n.d.).

Lo anterior, se presenta de manera explícita en unos sectores de la economía más que en otros, como es el caso del contexto rural y de la economía de agricultura familiar campesina, donde la gran mayoría de las mujeres en el campo antioqueño (85%) dedica la mayor parte de su tiempo al trabajo doméstico y de cuidado no remunerado (Antioquia Cómo Vamos, 2024).

Como señala el (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -, 2021), para el año 2021 en Colombia, las mujeres rurales dedicaban en promedio 8 horas 54 minutos diarios a actividades de trabajo no remunerado, y los hombres rurales emplearon 3 horas 15 minutos, esto es, 5 horas 39 minutos más que los hombres.

Por otra parte, las cifras de desempleo para 2020 evidenciaron que la tasa de desocupación en mujeres rurales es mayor que la de hombres rurales, con una diferencia de 10,5 puntos porcentuales. Las mujeres están fuera del mercado laboral, siendo a nivel nacional el 17,2%, mientras que los hombres representan el 5,7% (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -, 2024a).

Otra realidad en las zonas rurales se relaciona con la tenencia de las tierras. En la ruralidad la tierra es el activo de mayor relevancia, y en el caso de las mujeres rurales este garantiza su seguridad económica. En el contexto colombiano, datos del (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -, 2021) señalan que pocas mujeres son poseedoras de tierras. Esta falta de posesión se ve reflejada en la baja participación de las mujeres para la toma de decisiones en las unidades productivas, que de acuerdo con la última Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) realizada en el 2019, solo el 24,7% de estas son dirigidas por mujeres (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -, 2020).

De igual manera, la inclusión financiera es otra de las problemáticas que viven las mujeres rurales, la cual se relaciona con el acceso o formalización de la tenencia de la tierra, como un respaldo para adquirir productos financieros. Según la ENA para el segundo semestre de 2019, las Unidades de Producción Agropecuarias que recibieron un crédito a través de entidades financieras formales, se solicitaron y se obtuvieron por el 26,5% de mujeres y el restante 73,5% a través de un hombre o persona jurídica (Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE -, 2020).

Lo expuesto anteriormente, ha imposibilitado que las mujeres rurales cuenten con impulsos para la construcción de su autonomía económica, que además de verse representada en la sobre carga de las labores de cuidado, se evidencia en el difícil acceso a la generación de ingresos económicos. En Colombia se registra que el 52,3% de las mujeres rurales de 15 años no cuenta con ingresos propios (CEPAL, n.d.).

A partir de las diferentes barreras que enfrentan las mujeres rurales para desarrollar su autonomía económica a nivel nacional, esta investigación propone estudiar las dificultades a las que se enfrentan, aplicado al caso específico de San Cristóbal en el marco del programa *Mercados Campesinos*. Este espacio de comercialización e intercambio es el escenario propicio para la generación de ingresos, no solo para las familias campesinas, sino para las mujeres rurales que hacen parte activa del programa. Es decir que, a través de *Mercados Campesinos* las mujeres se incorporan a labores productivas, propias de la lógica del mercado, interrelacionándose y fortaleciendo su empoderamiento y desarrollo socioeconómico.

Si bien el programa tiene más de 30 años de trayectoria, no ha contado con evaluaciones ex-post en términos de resultados e impactos, para determinar los efectos generados en la población beneficiaria –familias campesinas-, y específicamente en las mujeres priorizadas en esta investigación.

Por tal razón, el análisis exploratorio de una evaluación de impacto permite conocer posibles efectos generados y atribuibles con la implementación de la estrategia. Asimismo, la evaluación tendrá un valor adicional al transversalizar el enfoque de género al programa, pues el propósito de éste se ha enfocado en la productividad y competitividad de las zonas rurales, y facilitar canales de comercialización sin intermediación.

Entender programas como *Mercados Campesinos* es necesario para contribuir a la construcción de políticas públicas similares, la reformulación de programas y proyectos, y de otras intervenciones sociales que deben sustentarse en evidencia empírica y científica de su posible éxito al llevarse a cabo. Evaluar el impacto en la autonomía económica -como una variable que no se contempló en principio- por dicho programa, también permite el diseño de políticas públicas cada vez más integrales.

La ***Tabla 5*** se presenta un esquema que ilustra las dinámicas asociadas al contexto rural y su relación con las condiciones de autonomía económica de las mujeres que participan en el programa *Mercados Campesinos* en el corregimiento de San Cristóbal. La construcción del árbol de problemas se elaboró teniendo en cuenta la disponibilidad de información del programa, y las especificidades del territorio y las mujeres beneficiarias.

Tabla 5

Árbol de problemas.

Efectos indirectos	Persistencia de la desigualdad económica entre hombres y mujeres	Poco avance en la equidad de género en zonas rurales	Continuación de ciclos de pobreza y exclusión social
Efectos directos	Dificultad para hacer ajustes y mejoras en el programa *Mercados Campesinos*	Información escasa para la formulación de políticas públicas integrales e inclusivas	Falta de coordinación de políticas de diferente nivel para transversalizar enfoques de género y diferencial

Problema	Falta de evidencia sobre el impacto del programa *Mercados Campesinos* en la autonomía económica de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal		
Causas directas	Ausencia de un sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación al programa	Falta de indicadores claros relacionados con autonomía económica dentro de los objetivos del programa.	Prioridad enfocada en aspectos operativos y logísticos del programa.
Causas indirectas	Falta de capacitación y sensibilización de género en el programa	Barreras estructurales de género en las zonas rurales	Poca participación de las mujeres en la toma de decisiones económicas

Fuente: Elaboración propia

1.2.3 Formulación del problema

La condición de las mujeres participantes del programa, inmersas en un contexto rural plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto de los *Mercados Campesinos* de la Alcaldía de Medellín en la autonomía económica de las mujeres participantes del corregimiento de San Cristóbal durante el periodo 2023-2024? Este programa gubernamental, diseñado para mejorar la calidad de vida y la economía de las familias campesinas de los corregimientos de Medellín, ofrece un espacio de comercialización directa sin intermediarios. Sin embargo, se desconoce cómo ha influido específicamente en la autonomía económica de las mujeres participantes, debido a la falta de evaluaciones ex-post, que determine los efectos reales a corto y largo plazo.

2. Justificación, objetivos y alcance

2.1 Justificación

La economía campesina se enfoca en "garantizar la satisfacción de las necesidades del núcleo familiar" además, genera vínculos directos entre productores y consumidores "(...) que apuntan a la eliminación del intermediario, para construir una forma de generar nuevas relaciones y beneficios mutuos" (Pineda et al., 2018, p. 89). Tradicionalmente, la economía campesina se ha valorado en términos de ingresos y productividad de la tierra a nivel familiar y/o de unidades productivas. Por lo anterior, no se han realizado suficientes estudios sectorizados que aborden el beneficio de la economía campesina en las mujeres rurales, quienes enfrentan brechas significativas en el acceso a recursos, oportunidades laborales y una alta carga de trabajo no remunerado, a pesar de ejercer un rol fundamental para el desarrollo de las actividades económicas rurales (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -, 2021).

Para la CEPAL "la autonomía se convierte en un elemento central para alcanzar la igualdad —derecho humano fundamental— y en una precondición para que las mujeres actúen como sujetos plenos del desarrollo"; es así como la autonomía económica se convierte en un pilar fundamental para las mujeres, la cual requiere que estas cuenten con ingresos monetarios suficientes para superar la pobreza y disponer libremente de su tiempo para su desarrollo personal y profesional, acceder al mercado laboral, y participar activamente en espacios sociales y políticos (Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-, 2016).

Espacios como *Mercados Campesinos* se convierten en una ventana de oportunidad para las mujeres rurales del municipio de Medellín, al eliminar intermediarios dentro de la cadena de valor, permitiendo que las mujeres participantes tengan la oportunidad de mejorar sus ingresos

económicos, contribuyendo a la autonomía económica de ellas. Los *Mercados Campesinos* permiten que las mujeres rurales impulsen sus iniciativas productivas de forma segura, participando activamente en el desarrollo económico de su comunidad y siendo reconocidas como agentes para el desarrollo sostenible del campo (Bastidas et al., 2022). Según la Asociación de Mujeres Campesinas, Negras e Indígenas en Colombia, "los mercados campesinos son una escuela para la mujer rural", pues para algunas de ellas ese fue su primer contacto con la ciudad, con los consumidores y con el reto de vender su cosecha (Dejusticia, 2019).

A pesar de lo anterior, no se han realizado evaluaciones que analicen el impacto que programas como *Mercados Campesinos* han generado en la autonomía económica de las mujeres rurales; por ende, no se han identificado los beneficios y retos que enfrentan este tipo de programas para contribuir de una manera integral en esta variable.

En este contexto, la evaluación exploratoria permite recopilar datos cualitativos y cuantitativos, que compensa el vacío de conocimiento sobre este impacto. De esta manera, esta propuesta ofrece una oportunidad para identificar y comprender los beneficios sociales y económicos que el programa aporta a la autonomía económica de las mujeres rurales, proporcionando información para su fortalecimiento y mejora.

La presente monografía pretende ser un aporte significativo tanto a nivel académico como social y político, evaluando el impacto del programa *Mercados Campesinos* en términos de equidad para las mujeres. En el ámbito de las políticas de género, esta investigación responde a la necesidad de reducir las brechas que enfrentan las mujeres rurales en el acceso a oportunidades labores. A través de este estudio, se pretende identificar las barreras y/o motivos que impiden una participación equitativa en el programa. Así mismo, la monografía se conecta con las estrategias de desarrollo rural que tienen como objetivo fortalecer la productividad de los predios rurales

agropecuarios, indagando si realmente la generación de circuitos cortos de comercialización aumenta las utilidades de las mujeres rurales participantes.

Finalmente, esta evaluación se sitúa en un contexto de oportunidad, coincidiendo con la construcción del sistema distrital de cuidado en el presente año, el cual busca reducir las desigualdades de género al redistribuir las labores de cuidado entre el Estado, la sociedad y las familias; este trabajo brinda la posibilidad de repensar las intervenciones públicas respecto a la autonomía económica de las mujeres de manera integral, incluyendo el trabajo no remunerado y las labores domésticas, en programas de impacto socioeconómico.

El documento tiene como objetivo ofrecer conceptos y recomendaciones a nivel de política pública, con un enfoque centrado en la equidad, la justicia y la evidencia de programas sociales que consideren otras formas de organización social en la economía. Se busca garantizar el reconocimiento y la redistribución del trabajo no remunerado, como las labores de cuidado y del hogar, impactando así el desarrollo y consolidación de la autonomía económica de las mujeres.

En resumen, esta investigación es un ejercicio a pequeña escala que propone evaluar el impacto económico del programa Mercados Campesinos, abordando las implicaciones sociales y políticas de dicho impacto, promoviendo un enfoque inclusivo y equitativo en las políticas públicas.

2.2 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Evaluar de manera exploratoria el impacto del programa *Mercados Campesinos* de la Alcaldía de Medellín en la autonomía económica de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal durante el período 2023-2024.

2.1.2 Objetivos específicos

- Examinar las variables que se relacionan con los principales factores de la autonomía económica de las mujeres participantes de los Mercados Campesinos en el corregimiento de San Cristóbal.
- Analizar las percepciones de las mujeres participantes del programa *Mercados Campesinos* sobre su autonomía económica, explorando los cambios experimentados a lo largo del proceso de participación en el programa.
- Determinar los cambios en la autonomía económica de las mujeres participantes en *Mercados Campesinos* con respecto a mujeres no participantes del corregimiento de San Cristóbal.
- Proponer recomendaciones al programa *Mercados Campesinos* de cara a su influencia en la autonomía económica de las mujeres participantes.

2.3 Alcance

Si bien el programa *Mercados Campesinos* se enfoca en las familias campesinas, este trabajo considera relevante investigar el papel de las mujeres en la economía rural y la posibilidad de desarrollar su autonomía económica dentro de dicho escenario. La relevancia de este ejercicio exploratorio brinda una aproximación inicial a los posibles resultados e impactos potenciales, utilizando métodos flexibles a partir de métodos cualitativos y cuantitativos. Esto, debido a la falta de información para determinar una relación de causalidad de manera rigurosa entre las variables.

A continuación, se delimita el alcance del estudio exploratorio de los impactos del programa en la autonomía económica de las mujeres, precisando la cobertura geográfica, la población de estudio, las variables, las limitaciones y los resultados esperados.

Cobertura geográfica: se define situar el estudio en el corregimiento de San Cristóbal, ya que es un territorio con características rurales y relevancia agrícola; además de ser una frontera a la expansión urbana, y su peso en el programa *Mercados Campesinos* es muy importante reflejando altos índices de participación.

Población de estudio: el estudio se delimita a 8 mujeres rurales de San Cristóbal participantes del programa durante el periodo 2023-2024. Debido a que, para determinar el verdadero impacto del programa es necesario contar con un grupo de comparación que produzca una estimación del contrafactual, se establece un grupo de control de 7 mujeres de la zona rural de San Cristóbal que no participen del programa.

Temporalidad: el programa ha tenido una participación constante en el tiempo a lo largo de su existencia. Para el estudio, se focalizan las mujeres que participan en el periodo 2023 y 2024. Es importante aclarar que, la temporalidad elegida responde a la disponibilidad de información.

Dimensiones de análisis: la autonomía económica resulta ser un pilar integral en la equidad de género a nivel de sociedad, y la cual requiere avanzar en varios ámbitos para alcanzarse. Por ello, para este estudio se considera la autonomía económica explicándose a partir de los ingresos, tomando como hipótesis que, a mayor posibilidad de acceso, generación y administración de estos, mayor grado de autonomía económica, expresada así en calidad de vida, disminución de la pobreza, disminución de las cargas de trabajo no remunerado y construcción de relaciones positivas y basadas en el respeto.

Limitaciones: existen vacíos de información por parte de fuentes primarias y secundarias para la construcción de una evaluación de impacto, tales como: línea base del programa, y documentos de seguimiento y control. Por tal motivo, se propone un análisis exploratorio que se apoya en el análisis cualitativo y cuantitativo para establecer las variables más relevantes que

impactan la autonomía económica dentro del programa. Esta decisión se toma teniendo en cuenta el tiempo de ejecución, como una barrera de este trabajo de grado para conseguir información primaria de gran alcance.

La ***Tabla 6*** presenta una identificación de las limitaciones y posibles riesgos en el desarrollo de la aplicación de la evaluación ex-post.

Tabla 6

Limitaciones y riesgos de la evaluación.

Limitaciones	Riesgos	Estrategias de gestión
Disponibilidad de información ex-ante del programa	Construcción del contrafactual poco fiable, debido a la falta de información que permita dar rigurosidad y robustez desde métodos cuantitativos.	Recurrir a modelos contrafactuales como, por ejemplo, emparejamiento, experimentales y cuasiexperimentales, donde la información pueda ser construida por medio de encuestas.
Disponibilidad de tiempo de las mujeres participantes para participar de espacios donde se pueda generar y recolectar información.	La mayoría de las mujeres asumen las tareas de cuidado y, por tanto, invitarlas a espacios adicionales para la recolección de la información puede implicar para ellas jornadas más amplias.	Realizar estrategias de recolección de información sincrónicas y asincrónicas, con instrumentos rigurosos y cortos que les permitan autoaplicarlo.

Limitaciones	Riesgos	Estrategias de gestión
Mapeo de mujeres no participantes de programa por parte de la Alcaldía	Dificultades en la selección del muestreo, debido a que el programa no cuenta con información base sobre las personas que podrían ser potenciales beneficiarios.	Seleccionar un grupo de control de mujeres de la zona rural de San Cristóbal que no participen del programa.
Ausencia de datos que pueden afectar los resultados de la evaluación.	Ausencia de documentos estratégicos base del programa, líneas base, estudios de mercado, estudio financiero y administrativo, estudio legal, estudio social y ambiental.	Se recurrirá a entrevistas o encuestas y análisis de información cualitativa.
Confiabilidad en los datos	La información recolectada de manera cualitativa se realiza desde el autorreporte y percepción de las familias beneficiarias, por ende, puede contar con sesgos, respuestas intencionales, ocultas o erradas, debido a que es un aspecto privado que genera desconfianza compartir o	Generación de confianza con las familias campesinas e implementación de estrategias de monitoreo que custodien el dato por un periodo de tiempo determinado.

Limitaciones	Riesgos	Estrategias de gestión
Retroalimentaciones sobre la pertinencia del programa	divulgar, principalmente por factores de seguridad. El programa no ha contado con procesos permanentes de evaluación con la comunidad beneficiara, por lo cual puede generar expectativas de un alcance que supere el programa en el proceso de relacionamiento.	Habilitar espacios de comunicación e interlocución claros con la comunidad, donde se comunique el alcance y el para qué de la recolección de la información.

Fuente: Elaboración propia

Resultados esperados: una evaluación de impacto exploratoria busca aproximarse a analizar los efectos directos e indirectos a largo plazo que el programa ha generado en la economía rural, y específicamente en las mujeres como protagonistas de dicha economía. Por ello, se propone evaluar el impacto en la autonomía económica de las mujeres participantes en el periodo 2023 a 2024 el cual ayudaría a determinar si el programa ha mejorado o no la situación de dichas mujeres participantes en términos de ingresos, toma de decisiones sobre ellos, y administración de sus medios productivos; respecto a aquellas mujeres que no hacen parte del programa. Se recurrirá a aplicar un modelo de emparejamiento (*matching*), el cual consiste en tomar un grupo de mujeres beneficiarias del programa y un grupo de mujeres no beneficiarias con los siguientes condicionantes: (a.) no haber sido parte de programa, (b.) tener una iniciativa económica donde sea ella quien comercialice sus productos (primarios o transformados), (c.) que

habite en San Cristóbal. A ambos grupos se les aplicará una encuesta para recolectar información cualitativa y cuantitativa para analizar ambos escenarios.

El programa *Mercados Campesinos* en su vigencia ha presentado diversos resultados, principalmente alrededor del número de familias beneficiadas e ingresos anuales generados. Por su antigüedad, es necesario que el programa sea evaluado desde los siguientes criterios:

- *Impacto:* con el objetivo de analizar los efectos a largo plazo (directos e indirectos) en las familias que han participado de esta iniciativa. Se propone realizar una evaluación exploratoria del impacto del programa *Mercados Campesinos* en la autonomía económica de las mujeres participantes que habitan en el corregimiento de San Cristóbal.
- *Equidad:* en concordancia con las políticas públicas actuales, se busca evaluar si la participación y beneficios del programa se distribuyen equitativamente en toda la población, especialmente en las mujeres participantes que pertenecen al corregimiento de San Cristóbal.

Por consiguiente, en el proceso de evaluación al comparar los ingresos de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal que participan en el programa *Mercados Campesinos*, frente a aquellas que no lo hacen, se espera identificar una relación directa entre la autonomía económica de las mujeres (medida en términos de ingresos) y variables como: nivel de formación, administración de medios productivos, uso del tiempo en trabajo remunerado y no remunerado y participación en el mercado laboral formal.

Esta evaluación exploratoria tiene como propósito ofrecer una primera aproximación a los efectos del programa *Mercados Campesinos*, reconociendo su importancia para mejorar las condiciones de las mujeres rurales y generar insumos para evaluaciones futuras de mayor

profundidad. Los hallazgos buscan servir como un mecanismo para identificar acciones, reformular estrategias y proponer sinergias entre instituciones, con el objetivo de atender las nuevas demandas de un programa con más de 30 años de funcionamiento.

Además, este análisis puede contribuir a reducir indicadores de pobreza, desigualdad y uso del tiempo, que afectan de manera desproporcionada a las mujeres rurales en el marco de la economía campesina, en comparación con los hombres rurales.

3. Marco referencial

En el presente capítulo, se expone los marcos teóricos y conceptuales, el marco normativo y metodológico que permiten orientar el desarrollo del estudio.

3.1 Marco teórico

3.1.1 Autonomía económica

Fraser como teórica de la política feminista, en sus aportes a la teoría de la justicia afirma que "no podemos tratar de solventar problemas de injusticia sin antes ser capaces de distinguir cuál de los dos polos predomina en ellas, esto es, si son injusticias derivadas de un reconocimiento fallido o erróneo o de una mala distribución" (Iglesias, 2012, p.253).

Su postura deja por sentado que aborda la justicia como concepto multidimensional desde lo político, económico y cultural, en el cual menciona que, si bien el llamado a la acción desde la dimensión cultural está anclado a los procesos de reconocimiento, este no puede reparar de manera causal la subordinación de los demás frentes. Por ello, propone la triada de las escalas de la justicia: la redistribución, el reconocimiento y la representación. Así que, el reconocimiento plantea el problema del reconocimiento dentro del modelo del estatus, la redistribución, en los modelos de distribución en torno a la materialidad y que es atravesado en las clases sociales y el de representación en relación con la paridad y el poder político.

En estos tres ejes de análisis, la autora los ancla al problema de la producción transnacional, es decir, cómo se reparan las injusticias de reconocimiento, de redistribución y de representación más allá de los Estados y gobiernos territoriales. Reconocer esta forma en cómo la sociedad está atravesada por heteronormas de sexo-género, posibilita avanzar en el

reconocimiento de la dimensión reproductiva como aquella que no solo mantiene la fuerza de trabajo, sino la que permite sostener la vida.

Por otro lado, Martha Nussbaum enmarcada en la teoría del desarrollo humano que Amartya Sen desarrolla, se alimenta de dicha teoría y complementa el enfoque de las capacidades que dejaba por fuera de la ecuación a las mujeres. Es así como dota de una perspectiva feminista la teoría del desarrollo humano, nutriendo las desigualdades que presentan los sexos para desarrollar una vida digna y en plenas capacidades humanas centrales.

Aspectos como el acoso sexual, el abuso sexual, la violencia física, la discriminación por sexo, la falta de acceso al derecho sobre la tierra, el matrimonio infantil (Nussbaum, 2012), entre otras, son barreras sociales y políticas que ponen en desventaja a las mujeres para el desarrollo de sus capacidades, perpetuando un ciclo de pobreza que afecta mayoritariamente al segundo sexo. Nussbaum elimina la percepción de que las personas -mujeres- son un medio para lograr fines de otros, y en cambio se convierten en sujetos y fines en sí mismas, postulado determinante para nutrir el concepto de la dignidad humana.

Acercándose a la teoría de la justicia, los aportes de la filósofa van más allá de la comparación de las capacidades —que propone Sen—, construyendo una propuesta de política normativa, para que las personas puedan exigir a sus gobiernos capacidades mínimas que pueden elevarse a principios constitucionales (Nussbaum, 2012).

Tras recopilar las principales teorías contempladas en este trabajo, se presentan hallazgos prácticos de iniciativas productivas similares a *Mercados Campesinos*, o el mismo proyecto aplicado en otras zonas geográficas. Principalmente los análisis se enfocan en el papel de la mujer rural en los ámbitos productivos –propios de la lógica de la iniciativa de comercialización-, así como los retos que presentan para la inserción laboral, sin una debida distribución equitativa de las labores reproductivas –labores de cuidado y del hogar- que se dan por sentada con los roles

de género, especialmente en zonas rurales en el que "se imbrican en los estereotipos de género y representaciones sociales del cuidado" (CLACSO & ONU Mujeres, 2022, p.6).

El estado del arte compilado por (CLACSO & ONU Mujeres, 2022) señala que las condiciones de las mujeres rurales requieren una doble jornada en la inversión del tiempo: deben destinar tiempo y energía en conseguir y satisfacer servicios básicos (como leña, agua, entre otros), y además ejercer las actividades de cuidado que la oferta pública y/o privada no concentra en territorios dispersos como la ruralidad. Adicionalmente, deben cohibirse de realizar otro tipo de actividades, como el trabajo remunerado.

De igual forma, existe una carencia de políticas públicas enfocadas en el cuidado, como una reafirmación de que el trabajo no remunerado es algo propio de las familias y las mujeres (Salva, 2013, como se citó en CLACSO & ONU Mujeres, 2022), y no un asunto reproductivo que deben abordar sociedades en pro de la igualdad.

Como señala (Bastidas et al., 2022), las mujeres juegan un papel importante para el desarrollo económico, aportando a la igualdad de género, la erradicación de la pobreza y un crecimiento económico inclusivo. A su vez, los mercados campesinos impulsan la competitividad y el empoderamiento de la mujer rural. Sin embargo, en el caso de estudio analizado, las autonomías se veían afectadas por contextos sociales y culturales adversos.

Diferentes investigaciones fundamentadas en la perspectiva de la economía feminista y/o economía del cuidado han logrado introducir el análisis para abordar el estudio de la desigualdad de género. En cuanto a las autonomías de las mujeres, se reconoce que tanto lo productivo y lo reproductivo son dos variables igual de relevantes en torno a alcanzar la equidad y el desarrollo de la autonomía.

De acuerdo con la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022, p.4) las autonomías configuradas por interrelaciones "dan cuenta de la integralidad de los

procesos de transformación" requeridos para lograr la igualdad de género y la participación de las mujeres en el desarrollo sostenible; esto significa la importancia que se tiene para alcanzar la igualdad de género al emprender transformaciones en las tres dimensiones de las autonomías: la física, la política y la económica.

La autonomía de las mujeres se define como la capacidad de agenciar la propia vida en condiciones de igualdad, esta "requiere un lecho social, un piso de condiciones sociales imprescindible para que pueda desenvolverse, desarrollarse y ser parte de las relaciones sociales" (Lagarde y de los Ríos, 1999, p.7). No significa que por contar con las condiciones materiales, sociales y simbólicas esté dada la autonomía, puesto que es un camino de permanente construcción y realización, y dependerá de las condiciones históricas y contextuales de cada sujeto.

Según (Fraser, 2015), la autonomía económica es la posibilidad de que las sociedades superen la pobreza, los primeros pasos son garantizar que las mujeres puedan acceder, generar y controlar ingresos, activos y recursos productivos, tengan las condiciones y oportunidades para satisfacer sus necesidades y reorganizar la desigual organización social productiva y los cuidados.

De esto puede interpretarse la relación directa que tiene en el desarrollo de un país la generación de equidad de género. De manera similar la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2016) señala que:

> La autonomía económica se refiere a la capacidad de las mujeres de acceder y controlar recursos como los ingresos propios, activos, recursos productivos, financieros, tecnológicos y el tiempo. Considera el trabajo remunerado y no remunerado y el impacto de su distribución desigual entre hombres y mujeres. (Párr., 1).

El (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) et al., 2023) con el estudio "Voces de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe ante las crisis

multidimensionales" abordan el estado de la autonomía económica de las mujeres en la región y explican la autonomía económica como:

> Capacidad de las mujeres de generar ingresos y recursos propios a partir del acceso al trabajo remunerado en igualdad de condiciones que los hombres. Considera el uso del tiempo y la contribución de las mujeres a la economía mediante el trabajo remunerado como el no remunerado (p. 18).

El estudio se realizó en postpandemia, partió de 485 casos de mujeres rurales mediante metodologías cuantitativas y cualitativas para la recolección de la información. Además, se preguntó por las autonomías: económica, física, toma de decisiones y estas en relación con el cambio climático. Principalmente la investigación evidencia los impactos a la autonomía económica de las mujeres rurales en el contexto latinoamericano, entendiendo que las mujeres rurales tienen mayor propensión a que los factores exógenos a ellas y su contexto determine su calidad de vida.

Los resultados brindan algunas conclusiones en torno al peso que tiene la autonomía económica para el bienestar y la calidad de vida. Específicamente dentro de esta autonomía se analizó el lugar de la mujer frente al desarrollo de actividades productivas y de cuidado. La ***Tabla 7*** expone los principales hallazgos.

Tabla 7

Hallazgos estudio: Voces de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe ante las crisis multidimensionales.

Categoría de autonomía	Eje temático	Subtema	Hallazgos
Autonomía económica en		Ocupación y empleos	Alrededor del 85% de las mujeres realizan trabajos por los que reciben ingresos (48%

Categoría de autonomía	Eje temático	Subtema	Hallazgos
mujeres rurales			empleo rural agrícola y el 37% en empleo no rural agrícola).
		Actividades productivas agrícolas	Durante la pandemia del Covid19 los costos en los insumos para la producción aumentaron y se disminuyeron los precios de venta, impactando negativamente sus ingresos.
	Producción y trabajo remunerado	Acceso a financiamiento	El 48% de las entrevistadas señalaron que durante la pandemia COVID-19 les fue difícil y empeoró el acceso a cuentas bancarias, a créditos y a incentivos bancarios. (PNUD, 2023, Pág. 38)
		Acceso a mercados	Ante la interrupción del transporte de mercancías –caminos cerrados-, la suspensión del vínculo con la instancia revendedora mayorista y, el cierre de los mercados, se impuso entre las mujeres la necesidad de salir a vender directamente su producción. (PNUD, 2023, Pág. 38)
		Educación	Aumentó la demanda de cuidado a sus hijos e hijas por asuntos de desescolarización o educación virtual.
	Trabajo de cuidados no remunerado	Uso del agua	La intensificación del uso de agua representó una sobrecarga de trabajo no remunerado de las mujeres rurales a partir de la escasez y dificultad de acceso al agua y la responsabilidad tradicional de obtenerla y cuidarla. (PNUD, 2023, Pág. 44).

Categoría de autonomía	Eje temático	Subtema	Hallazgos
		Acceso y gestión sostenible del agua	El aumento del consumo del agua colocó retos en relación con su disponibilidad y cuidado del recurso hídrico.
	Comunicación y tecnología	Acceso a la alfabetización tecnológica versus precariedad en condiciones de conectividad.	

Fuente: Elaboración propia a partir de (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) et al., 2023)

Tomando de referencia el (Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, n.d.), señala que:

> La autonomía económica se refiere a la capacidad de las mujeres de acceder y controlar recursos como los ingresos propios, activos, recursos productivos, financieros, tecnológicos y el tiempo. Considera el trabajo remunerado y no remunerado y el impacto de su distribución desigual entre hombres y mujeres (párr., 1).

El Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (n.d.-b) propone una serie de indicadores desde los cuáles se mide la autonomía económica, estos son presentados en la ***Tabla 8***.

Tabla 8.

Indicadores de la autonomía económica del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe.

No.	Indicador	Descripción	Relación con la autonomía económica
1	Índice de feminidad en hogares pobres	Evidencia que los hogares con mayor pobreza concentran una proporción más alta de mujeres. En 2022 por cada 100 hombres viviendo en hogares pobres en la región, había 118 mujeres en dicha situación. Para el caso de Colombia, el índice se encuentra en 116,9.	Se demuestra que la ausencia de autonomía económica en las mujeres, en hogares sin ingresos, conlleva a que sean más propensas a estar en situación de pobreza.
2	Tasa de desocupación desglosada por sexo	Muestra la población que se encuentra desocupada como proporción de la económicamente activa. La tasa para América Latina y el Caribe en las mujeres para 2023 es de 7,67 en comparación a 5,39 de los hombres.	La desocupación afecta de manera negativa la autonomía económica de las mujeres, puesto que implica no contar con ingresos laborales propios.
3	Tiempo de trabajo no remunerado según ingresos propios por sexo	Mide el tiempo que una persona dedica a trabajo para autoconsumo de bienes, labores domésticas y de cuidados no remunerados para el propio hogar o para apoyar en otros hogares. En el grupo de mujeres sin ingresos propios, el tiempo de trabajo no remunerado supera entre 16% y 56% el tiempo de trabajo no remunerado que dedican las mujeres que sí tienen ingresos propios.	Se analizan variables como tiempo e ingresos determinantes para la autonomía económica de las mujeres.
4	Proporción del tiempo dedicado al trabajo doméstico y de	Mide la proporción del tiempo al que se dedica una persona a los cuidados no remunerados. En América latina en promedio cada día las mujeres dedican el triple del tiempo al trabajo doméstico y de	Muestra la sobre carga de trabajos de cuidado que tiene las mujeres, donde se muestra de manera desigual la participación de los

	cuidado no remunerado desglosado por sexo	cuidados no remunerado en comparación al tiempo que le dedican los hombres.	hombres en dichas actividades.
5	Tiempo total de trabajo	Es la suma del tiempo del trabajo remunerado y el tiempo de trabajo no remunerado. En Colombia el tiempo de trabajo remunerado en mujeres es de 16,91 vs el tiempo de trabajo no remunerado 34.1. En el caso de los hombres el trabajo no remunerado está en 12,4 y el remunerado en 39,5.	Uso del tiempo y la distribución del trabajo no remunerado al interior de los hogares. La sobrecarga de trabajo de cuidados para las mujeres es una barrera para la participación laboral, por ende, en el acceso a recursos económicos que permitan mayores grados de autonomía.
6	Población sin ingresos propios por sexo	Proporción de la población femenina que no es receptora de ingresos monetarios individuales y no estudia en relación con el total de población. Una cuarta parte de las mujeres en América Latina y el Caribe dependen económicamente de otros para su subsistencia.	Los ingresos propios generan capacidad de decisión sobre la administración de los recursos. Este indicador devela las desventajas que enfrentan las mujeres para ejercer su autonomía económica.

Fuente: Adaptado de Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (n.d.-b)

3.1.2 Evaluación de impacto

Este tipo de evaluación, que se enmarca en la tipología ex-post, es una de las más integrales y relevantes para el rediseño o continuación de proyectos o programas, generando evidencias para la formulación e institucionalización de políticas.

La evaluación de impacto relaciona los efectos generados por el programa hacia la población beneficiaria, es decir que, se enfoca en demostrar la teoría del cambio, que básicamente hace referencia a la causalidad existente entre la intervención (variable X) y el problema a resolver (variable Y).

Para conocer los cambios generados por el proyecto, la evaluación de impacto trabaja con la diferencia existente entre la situación con proyecto (factual), y la problemática sin proyecto (contrafactual). El contrafactual, entonces, responde a la pregunta contraria a la participación de una persona como: "¿cuál habría sido el resultado si una persona no hubiera participado en el programa?" (Gertler et al., 2017, p. 55), estableciendo un escenario hipotético de comparación con las personas beneficiarias del programa o proyecto.

Según el tipo de estudio, entre experimental, no experimental o cuasiexperimental, se determina el método para la construcción del contrafactual. La muestra de la población se puede elegir a partir de: i) asignación aleatoria, ii) enfoque pipeline, iii) regresión simple, iv) regresión discontinua, v) diferencias en diferencias, vi) pareamiento (*matching)*, vii) análisis reflexivo, viii) variables instrumentales, entre otros (Fundesarrollo & Cámara de Comercio de Barranquilla, 2018). La mayoría de estos utilizan métodos estadísticos, eligiendo el más adecuado según las características del proyecto y el proceso de selección de la población beneficiaria. En síntesis, el contrafactual robustece la hipótesis de impacto del proyecto.

A pesar de su importancia, esta evaluación presenta grandes retos debido a la necesidad de disponer de información -en gran cantidad- para análisis cuantitativos, especialmente en análisis retrospectivos, que están atados a la disponibilidad de la información inicial –como línea base- y las hace menos fiables; además debe evaluarse luego de un tiempo considerable de operación para la generación de cambios post-intervención.

Teniendo en cuenta la rigurosidad y la cantidad de información que se requiere para realizar una evaluación de impacto, este estudio propone un acercamiento exploratorio al impacto real de *Mercados Campesinos*, mediante la comparación de ambos grupos y las condiciones de las mujeres rurales de San Cristóbal en términos cualitativos, sin arrojar resultados concluyentes. Lo que, si propone esta investigación, son posibles hipótesis frente a cuáles variables se acercan explicativamente al desarrollo de la autonomía económica de las mujeres dentro de los *Mercados Campesinos*. Con esto último, es necesario un estudio más profundo para identificar hallazgos y resultados concluyentes.

3.1.3 Enfoque de género

El concepto de género como una diferenciación entre el sexo biológico ha evolucionado a través del tiempo, sin embargo, Simone de Beauvoir es una de las primeras autoras en cuestionarse tal distinción. El trabajo de Simone de Beauvoir fue decisivo para distinguir el sexo biológico, de los roles y expectativas asignados socialmente, en su frase: "Una no nace mujer, se hace", sugiere que el género es un aspecto de la identidad que se adquiere gradualmente (Butler, 1998).

Por su parte Judith Butler amplia el concepto propuesto por Simone de Beauvoir, y en su teoría de performatividad plantea que el sexo y el género pueden interpretarse como construcciones tanto del cuerpo como de la subjetividad, resultantes del efecto performativo de una repetición de actos que, con el tiempo, se naturalizan y generan la ilusión de una esencia (Duque, 2010).

Otra autora que aborda el estudio de género desde otro enfoque es Kimberlé Crenshaw, la cual introduce el concepto de interseccionalidad en 1989. Esta teoría se refiere a la interacción en términos de poder entre el género, la raza y otras categorías de diferenciación en la vida de las

personas, así como en las prácticas sociales, las instituciones y las ideologías culturales (Crenshaw, 1989). De esta forma, la interseccionalidad permite explicar cómo algunas de estas categorías interactúan creando múltiples formas de injusticia social (Cobas et al., 2023).

En Colombia, el (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020) afirma que "la mejor forma para aproximarse a la condición de los derechos humanos de las mujeres rurales es incluir una visión interseccional, en la que la situación de las mujeres rurales es entendida", entre estas situaciones se destacan las siguientes:

- Por ser rurales o vivir en el campo, tener condiciones menos favorables que las que viven las mujeres que habitan las ciudades.
- Por ser mujeres en un ambiente donde prevalecen estructuras dominantes como el patriarcado, que le confiere mayor valor a lo masculino.
- Por ser las principales víctimas del conflicto armado, muchas veces instrumentos de guerra y venganza.
- Por pertenecer a algún grupo étnico: indígenas, Rom o afrocolombianas.

Desde la ruralidad colombiana, el enfoque de genero se piensa desde el reconocimiento de la desigualdad socioeconómica que han enfrentado históricamente las mujeres en comparación con los hombres y destaca las necesidades específicas tanto de hombres como de mujeres, con el fin de permitir la igualdad real y efectiva. El enfoque de genero plantea que debe existir una igualdad entre hombres y mujeres, que permita acceder a los mismos derechos, oportunidades, respeto y dignidad (Agencia Nacional de Tierras, 2022).

3.2 Marco legal

Dado a la antigüedad del programa, el marco legal se presenta en orden cronológico, tomando como objeto normativo a los *Mercados Campesinos*, la igualdad de género, el enfoque

diferencial, y el desarrollo rural, respectivamente. Para visualizar la relación legal entre los diferentes niveles de gobierno, cada concepto relaciona las leyes, decretos, resoluciones entre otros, a nivel nacional y local, justificando la relación y coordinación -o ausencia- entre estas.

Debido a los cambios y la regulación que ha tenido el programa para el caso de Medellín, se presentan únicamente las normas a nivel local, y las transformaciones que ha atravesado a lo largo del tiempo.

3.2.1 Marco legal del programa Mercados Campesinos de la Alcaldía de Medellín

Mercados Campesinos, al ser un programa con más de 30 años en funcionamiento, ha sido objeto de diversas reestructuraciones, que responden –en parte- a la lectura del contexto y las dinámicas cambiantes de la ruralidad con la ciudad. Por lo anterior, este apartado recopila únicamente la normativa local (***Tabla 9***) que da vida a los *Mercados Campesinos* en los años 80 en Medellín, y las modificaciones posteriores, relacionadas con el funcionamiento y el intento de institucionalizar y escalar este programa a una política pública.

Tabla 9.

Marco legal relacionado con Mercados Campesinos.

Norma	Entidad que lo expide	Objeto
Acuerdo 039 de 1988	Concejo Municipal	Por el cual se institucionalizan los mercados campesinos; en el parágrafo 1 se establece que en estos mercados participarán prioritariamente, los agricultores que se acrediten como tales y cumplan los requisitos que establezca la Alcaldía Metropolitana.

Decreto Municipal 102 de 1989	Alcaldía de Medellín	Por medio del cual se reglamenta el funcionamiento y las tarifas de Mercados Campesinos.
Acuerdo Municipal 074 de 2017	Concejo Municipal	Por medio del cual se adopta e integra la Política Pública de Desarrollo Económico
Acuerdo 190 de 2019	Concejo Municipal	Por medio del cual se reestructuran los Mercados Campesinos.

Fuente: Elaboración propia

Los cambios más relevantes de la normativa han sido los criterios de selección para ser participantes de los mercados. Inicialmente los y las participantes debían acreditarse como agricultores y ser productores directos; actualmente, se permite la participación de productores del sector agropecuario y/o emprendedor transformador de productos. Aún se conserva el criterio de selección de participantes pertenecientes a los 5 corregimientos de Medellín.

3.2.2 Políticas nacionales y locales de igualdad de género y enfoque diferencial

La normativa nacional ha adoptado diferentes tratados internacionales y ha fortalecido su propia legislación para lograr la equidad de género y garantizar el enfoque diferencial, especialmente para mujeres campesinas, rurales, firmantes de paz y víctimas del conflicto armado. Asimismo, en el escenario local se han adoptado los principios rectores para la formulación de políticas públicas, teniendo en cuenta el contexto del territorio (***Tabla 10***).

No obstante, las garantías en términos generales para el acceso a la tierra, la administración de recursos productivos, la formación de mujeres y la financiación correcta de programas que fortalecen la autonomía económica son desafíos que se enfrentan, y que no se encuentran bien articulados entre los lineamientos nacionales y las iniciativas locales.

Tabla 10.

Marco legal relacionado con políticas nacionales y locales para la igualdad de género y enfoque diferencial.

Norma	Entidad que lo expide	Objeto
	Nivel nacional	
Artículo 64 de la Constitución Política de Colombia 1991	Asamblea Nacional Constituyente (1991).	Los campesinos y las campesinas son libres e iguales a todas las demás poblaciones y tienen derecho a no ser objeto de ningún tipo de discriminación en el ejercicio de sus derechos, en particular las fundadas en su situación económica, social, cultural y política.
Resolución 1325 de 2000 (ONU)	Adopción por el Estado colombiano	Promueve un enfoque diferencial para mujeres en contextos de conflicto y posconflicto, aplicado en la implementación del Acuerdo de Paz.
Ley 731 de 2002	Congreso de Colombia	Por la cual se dictan normas para favorecer a las mujeres rurales
Ley 1257 de 2008	Congreso de Colombia	Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones
Ley 1448 de 2011	Congreso de Colombia	Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones.

Norma	Entidad que lo expide	Objeto
CONPES 161 de 2013	Consejo Nacional de Política Económica y Social	Política Pública Nacional de Equidad de Género (define estrategias para promover la igualdad de género en ámbitos laborales, sociales y políticos)
Decreto 1930 de 2013	Presidencia de la República	Por el cual se adopta la Política Pública Nacional de Equidad de Género y se crea una Comisión Intersectorial para su implementación
CONPES 3918 de 2018	Consejo Nacional de Política Económica y Social	Implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible –ODS-. En las metas de género, busca fortalecer la autonomía económica de las mujeres mediante capacitación y protección contra la discriminación.
Ley 1955 de 2019	Congreso de Colombia	En el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 se adoptaron metas para promover la autonomía económica de las mujeres y la inclusión laboral de las mujeres.
	Nivel local	
Política Pública para las Mujeres Urbanas y Rurales de Medellín (2003) (2018 reformulada)	Alcaldía de Medellín	Garantizar la igualdad de oportunidades y el goce efectivo de derechos (Reformulada en 2018, incluyendo seis dimensiones: autonomía económica, educación, participación social y política, salud, seguridad y vida libre de violencias, y paz).

Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Políticas nacionales y locales de desarrollo rural.

Para el desarrollo rural se evidencia una sinergia importante entre las leyes y políticas públicas a nivel local (***Tabla 11***). La guía de ruta trazada por la Ley 1876 de 2017, que crea el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA) se posiciona como un eje articulador entre actores nacionales, regionales y locales, promoviendo la innovación tecnológica y la formación agropecuaria. Este sistema fomenta la coordinación a través de espacios como los Consejos Municipales de Desarrollo Rural (CMDR), encargados de adaptar los planes de extensión agropecuaria a las realidades locales (Ministerio de Agricultura, 2017).

Fortaleciendo esta directriz, las resoluciones 464 de 2017 y 000006 de 2020 impulsan la agricultura campesina, familiar, y comunitaria dentro de las prioridades nacionales. Adicionalmente, el esfuerzo más reciente a nivel nacional responde a la Ley 2378 de 2024 con la propuesta de políticas nacionales de mercadeo agropecuario inclusivo, fundamentales para cerrar brechas económicas y productivas.

Finalmente, a nivel local, el Decreto Municipal 819 de 2009, que adopta la Política Pública de Desarrollo Rural de Medellín, busca fortalecer el sector rural del municipio mediante estrategias de sostenibilidad económica y social. Este decreto se alinea con las metas nacionales en términos de innovación y acceso a mercados, pero enfrenta desafíos particulares como la presión urbana sobre los territorios rurales y las limitaciones en infraestructura para la comercialización.

Tabla 11.

Marco legal relacionado con el desarrollo rural a nivel nacional y local.

Norma	Entidad que lo expide	Objeto
Nivel nacional		
Artículo 65 de la Constitución Política de Colombia 1991	Asamblea Nacional Constituyente (1991).	Se garantiza el derecho a la alimentación adecuada y a no tener hambre. Las personas tendrán el derecho a tener acceso, de manera regular, segura, permanente y libre, a alimentos cuantitativa y cualitativamente adecuados y suficientes, que guarden correspondencia con sus identidades y tradiciones culturales.
Ley 1876 de 2017	Congreso de Colombia	Por medio de la cual se crea el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria y se dictan otras disposiciones
Resolución 464 de 2017	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Por la cual se adoptan los lineamientos estratégicos de política pública para la agricultura campesina, familiar y comunitaria
Resolución No. 000006 de 2020	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Por la cual se adopta el plan nacional para la promoción de la comercialización de la producción de economía campesina, familiar y comunitaria
Ley 2378 de 2024	Congreso de Colombia	Por medio de la cual se establecen los lineamientos para la formulación de la política nacional de mercadeo agropecuario y se dictan otras disposiciones
Nivel local		
Decreto Municipal 819 de 2009	Alcaldía de Medellín	Por medio del cual se adopta la Política Pública de Desarrollo Rural para el municipio de Medellín, priorizando sostenibilidad y acceso a recursos para productores rurales, incluidas las mujeres.

Fuente: Elaboración propia

Los desafíos que vislumbran las políticas relacionadas con el desarrollo rural se enfrentan a dificultades en la implementación efectiva de lo estipulado en la norma. Si bien cumplen con

una articulación juiciosa entre los niveles nacionales y locales, los esfuerzos deben enfocarse hacia una administración interinstitucional y la respuesta a las realidades territoriales.

3.3 Marco conceptual

3.3.1 Autonomía económica

La autonomía es un concepto amplio y basto en el escenario de debate filosófico, desde corrientes como la kantiana, se ha definido como las leyes de la razón que se autoimponen en una persona, en otras ocasiones esta se ve como un asunto autodeterminado en los seres humanos y desde perspectivas más espirituales se entiende como competencia moral. De acuerdo con el marco teórico, para el presente estudio se aborda la autonomía de las mujeres desde los estudios de género, interseccionalidad y derechos humanos, lo que implica entender la autonomía económica de manera integral, en dónde se identifican condiciones particulares de las personas y situaciones del contexto que las potencian o limitan. De acuerdo con González (2022) en "Vínculos ineludibles entre la autonomía física y económica de las mujeres: una propuesta de marco conceptual" (CEPAL, 2022) se referencia a Segato 2015, quien define que la autonomía para las mujeres es propia y única y está vinculada a las circunstancias o características de sus vidas y al carácter material o inmaterial de las restricciones a las que se enfrentan.

Por esta razón, para la presente evaluación exploratoria de impacto se toma de referencia la autonomía económica definida como capacidad de generar ingresos y tomar decisiones sobre ellos mismos. Además, como categoría dependiente del contexto, la autonomía económica se construye a partir de la forma en que las mujeres se relacionan con las condiciones de su entorno.

Las condiciones, que en el estudio se traducen en variables son: ingresos, trabajo remunerado, trabajo agrícola, trabajo no remunerado, educación, bancarización, acceso a servicios, comunicación y tecnología, participación en empleo formal y uso del agua. A

continuación, se define cada una de las variables por las cuáles se indagó en el estudio tanto para las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos, como las no participantes:

- **Ingresos:** hace referencia a la capacidad de toma de decisiones sobre los recursos materiales y económicos a los cuales acceden, a su distribución, al grado de satisfacción de sus propias necesidades y sus gastos.
- **Trabajo remunerado:** son todas aquellas actividades productivas en dónde se destina un porcentaje de tiempo y que hacen parte de cualquier campo de conocimiento o área que posibilita recibir un pago a cambio. Además, valora el esfuerzo para cumplir con las actividades pagas, como por ejemplo el tiempo y dinero que se requiere invertir para llevarlas a cabo.
- **Trabajo no remunerado:** son las actividades de cuidado en el contexto familiar y del hogar que no son reconocidas socialmente ni valoradas económicamente, aunque impliquen un esfuerzo de tiempo y recursos para conseguir insumos y llevar a cabo la labor.
- **Trabajo remunerado agrícola:** se refiere a las actividades y los esfuerzos en tiempo y recursos que se realizan para la producción y transformación de productos agrícolas en el contexto de la economía campesina.
- **Educación:** define el tiempo en años de formación formal y no formal para las mujeres rurales.
- **Comunicación y tecnología:** acceso a servicios de información y tecnología como uso del celular, internet, calidad del internet y tiempo promedio de acceso.

- **Tenencia de la tierra y medios productivos:** se refiere a la administración de los medios productivos para aquellas mujeres que cuentan con disponibilidad de tierra y cultivan sus productos.
- **Acceso a mercados:** define el rol con el que participan las mujeres en el escenario de la comercialización de mercados campesinos, además valora la frecuencia de participación y los beneficios que entrega el programa.
- **Bancarización:** indaga por los productos financieros que tienen disponibles las mujeres participantes de escenarios de comercialización.
- **Acceso a servicios:** disponibilidad de oferta en servicios públicos y de salud como factores determinantes sobre la salud de las mujeres.
- **Participación laboral formal:** determina si se cuenta con condiciones o garantías de formalización laboral, tales como acceso a seguridad social y salud.
- **Uso del agua:** se refiere al acceso y nivel de esfuerzo que se debe emplear para tener disponible agua como insumo para las actividades familiares y productivas.

Lo anterior quiere decir que valorar las autonomías económicas de las mujeres, va más allá de definir si las mujeres rurales tienen autonomía y trasciende la visión de en qué nivel están, pues supone valorar de qué manera la autonomía como un elemento intrínseco a la humanidad está siendo influida por el contexto o un entorno determinado.

3.3.3 Economía campesina

Unos de los primeros autores en definir la economía campesina es Chayanov, quien concluye que la economía campesina es una forma de producción no capitalista, la cual no presenta ganancia, salario, ni renta; por lo tanto, la ausencia de estas categorías implica que no es

posible determinar la retribución respectiva de los factores de producción: capital, trabajo, y tierra (Heynig, 1982).

(Heynig, 1982) también afirma que Daniel Thorner, inspirado por los trabajos de Chayanov, propuso y popularizó en 1962 el concepto de economía campesina en una conferencia de historiadores economistas de Aix en Provence. Adicionalmente, en su artículo *"Principales enfoques sobre la economía campesina"*, describe que la economía campesina contribuye de forma significativa en la capitalización del agro y refuta el concepto de equilibrio trabajo/consumo propuesto por Chayanov.

Otros autores como (Eatwell et al., 1993) establecen que la economía campesina se refiere al análisis de las decisiones económicas de los campesinos, sus interacciones y relaciones con otros agentes y el resto de la economía. Este concepto se refiere al campesino como un pequeño agricultor y se opone al agricultor de gran escala.

En Colombia, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural define la economía campesina como:

> El sistema de producción, transformación, distribución, comercialización y consumo de bienes y servicios; organizado y gestionado por los hombres, mujeres, familias, y comunidades (campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras) que conviven en los territorios rurales del país (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017a, p.12).

El concepto establecido por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural aclara que en la economía campesina "predominan las relaciones de reciprocidad, cooperación y solidaridad, y el desarrollo de sus actividades se fundamenta en el trabajo y mano de obra de tipo familiar y comunitaria" (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017a, p.13).

3.3.2 Mercados campesinos

En Colombia, el término de mercados campesinos se introdujo en los años 80. (Chaparro, 2019, como se citó en Cadavid-Castro et al., 2023) afirma que estos mercados nacieron como una forma de acción campesina y comunitaria que se convirtió en política pública, especialmente en Medellín y Bogotá, que junto con el respaldo estatal inicia como una estrategia para distribuir productos agrícolas en espacios públicos, especialmente en parques.

En la ciudad de Medellín, la iniciativa de los mercados campesinos nace mediante el Acuerdo 039 de 1988 del Concejo Municipal, el cual buscaba que en zonas y días determinados los agricultores comercializaran periódicamente sus productos (Darío et al., 2018).

A través de los años el concepto de mercados campesinos ha tomado más fuerza, el año 2017 el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural introduce este concepto a través del artículo 3 de la Resolución 464 del 29 de diciembre 2017, la cual define a los mercados campesinos y comunitarios como:

> Esquemas de comercialización de bienes y servicios agropecuarios a nivel local caracterizados por: (i) presencia y gestión, de manera exclusiva o principal, por parte de productores y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; (ii) ausencia o mínima intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); (iii) venta de productos frescos, de temporada y procesados; (iv) promoción de alimentos y productos propios del territorio; (v) búsqueda de un precio justo tanto para el productor como para el consumidor; (vi) fomento de la agricultura limpia o agroecológica. Estos esquemas de comercialización suelen operar en parques, escuelas y otro tipo de espacios de tipo público o comunitario (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017, p.5).

4. Metodología

4.1 Enfoque de investigación

Debido a la falta de una línea base y las limitaciones como el factor tiempo, el estudio adopta un enfoque mixto, integrando métodos cualitativos y cuantitativos. Esto permite analizar los efectos del programa *Mercados Campesinos* en la autonomía económica de las mujeres, entrelazando la propuesta estadística y las percepciones y experiencias de las participantes como interpretaciones cualitativas.

En términos cuantitativos, la investigación comprende hasta un análisis de correlación entre la variable dependiente (ingresos) y las variables independientes tomadas en cuenta. No obstante, se deja planteado un modelo econométrico para futuros análisis al programa. La falta de avances estadísticos se fortalece con la exploración de significados sociales y personales que se le atribuyen al programa, permitiendo una comprensión integral y una visión holística de la problemática.

4.2 Alcance de la investigación

Para estimar los efectos directos del programa *Mercados Campesinos* en la autonomía económica de las mujeres, se propone una evaluación exploratoria de impacto. En este tipo de evaluación es importante la construcción de un contrafactual, es decir, un grupo de control el cual no ha recibido los beneficios del programa. El grupo no participante permite un acercamiento a posibles cambios atribuibles al programa para el grupo de tratamiento, en otras palabras, quienes participan en *Mercados Campesinos*.

La elección de los atributos del grupo “depende de las características operativas del programa que se evalúa” (Gertler et al., 2017, p.9), sin embargo, el concepto de autonomía

económica no se contempla en los Mercados Campesinos. Por lo tanto, para la construcción del contrafactual en esta investigación, se toman las variables que más podrían influir sobre la autonomía económica de las mujeres, realizando una asignación aleatoria simple, sustentado y soportado en evaluaciones similares a otros *Mercados Campesinos* y a definiciones dadas por organizaciones no gubernamentales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe –CEPAL-.

La fórmula de cambio que se espera desarrollar es la siguiente:

$$\Delta = (Y|P=1|) - (Y|P=0|)$$

En palabras sencillas, se pretende mostrar el cambio generado en la autonomía económica de las mujeres (Y) ante la diferencia de ambos escenarios, siendo (1) el escenario con proyecto, o sea dentro de *Mercados Campesinos*, y el panorama sin proyecto interpretado matemáticamente como (0) -la ausencia de este-. Debido a que no es factible evaluar al mismo grupo de tratamiento en el mismo espacio-tiempo con la situación del proyecto y sin proyecto, la ecuación pretende acercarse al contrafactual ideal.

Para la elección del grupo de comparación se toma el método pareamiento (o *matching*), el cual construye un espejo –relativamente fiable- de las mujeres participantes a partir de características observables iguales para ambos grupos, lo cual permite eliminar sesgos de selección esperando que “la única diferencia después del programa sea la exposición al mismo.” (Pomeranz, 2011). Los criterios de selección observables que se tomaron para la clasificación de las encuestadas fueron los siguientes: (a) Población de mujeres, (b) mayores de edad, (c) habitantes de San Cristóbal, (d) que generan ingresos bien sea dentro o fuera del programa.

Teniendo en cuenta que el territorio focalizado es el corregimiento de San Cristóbal, y que el número de mujeres participantes del programa en esta comuna son 79, se propone tomar una muestra de 8 participantes que han recibido los beneficios de *Mercados Campesinos*,

comparándolo con una muestra de mujeres similar que hacen parte del corregimiento, pero que no han participado en ningún momento del programa.

La aplicación del instrumento se flexibiliza a la disponibilidad horaria de las mujeres de ambos grupos, quienes cumplen jornadas de trabajo (remunerado y no remunerado) prolongadas, permitiendo la implementación de la encuesta en los puestos de comercialización de quienes participan y no participan, además de la posibilidad de recolección de información vía telefónica.

4.3 Fuentes empleadas

El desarrollo metodológico se basa en fuentes secundarias que han estudiado los *Mercados Campesinos* en otras ciudades de Colombia (Bastidas et al., 2022) (Ordoñez et al., 2011), (Monroy Contreras et al., 2020), identificando las variables más relevantes que inciden en el desarrollo y el fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres, como son: características de los ingresos, uso del tiempo en trabajo no remunerado y remunerado, años de educación, posesión de tierra, bancarización, y acceso a mercados.

Estas investigaciones previas trazan el camino para la construcción de la encuesta, que contempla preguntas adicionales a los intereses de este estudio (como el acceso a servicios básicos, y acceso a Tecnologías de la Información y Comunicación -TIC-), lo cual permite dar pistas o hallazgos sobre qué otras variables inciden en la autonomía económica de las mujeres. Esta propuesta parte del supuesto de la veracidad y la fiabilidad de la información recolectada, teniendo en cuenta la percepción de las mujeres participantes como fuente primaria.

4.4 Técnicas de obtención de datos

El trabajo de campo para la obtención de información primaria se despliega a partir de preguntas tipo abiertas y cerradas con selección única que componen la encuesta (ver Anexo A). Se aclara que, debido a las limitaciones en el acceso a información, se pretende conocer esbozos

en términos de correlación, complementado con un análisis cualitativo y descriptivo de los cambios en la autonomía económica de las mujeres dentro del programa, y cómo sería la situación en el caso hipotético que el programa no existiera, utilizando el grupo de control, o sea, las mujeres no participantes.

Es por esto que, el trabajo de campo refuerza el ejercicio exploratorio de una evaluación de impacto, que incluye aspectos cuantitativos y se fortalece con métodos cualitativos, para dar rigurosidad, fiabilidad y justificación a los hallazgos a partir de la recolección. Se reconoce que establecer una relación causal en estricto sentido entre la autonomía económica de las mujeres y el programa de *Mercados Campesinos* requeriría más tiempo en la recolección y análisis de datos, además de tomar una muestra más amplia para dar fiabilidad en términos estadísticos.

Si bien el presente estudio no desarrollará un modelo econométrico, si propone una ecuación para ser aplicada en futuras investigaciones, de modo que sea una guía integral para la autonomía económica dentro de los *Mercados Campesinos*.

$$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \beta 5X5 + \beta 6X6 + \beta 7X7$$

La descripción de la ecuación, y las preguntas utilizadas para dar sentido a cada variable se presentan en la ***Tabla 12.***

Tabla 12.

Materialización de las variables en el instrumento de recolección.

	Concepto	Variable	Tipo variable[1]	Pregunta
Y	Autonomía económica	Ingresos generados en actividades productivas	Continua	¿De cuánto son sus ingresos promedio cada mes?
X_1	Educación	Años de educación formal	Continua	¿Hasta qué grado de educación realizaste?
X_2	Acceso a mercados	Percepción de impacto	Continua	De 1 a 5 ¿qué tanto considera que su participación en Mercados campesinos ha impactado positivamente las siguientes dimensiones? Siendo 5 muy de acuerdo y 1 muy en desacuerdo [El aumento de ventas] [El aumento en los ingresos familiares] [El aumento en los ingresos propios]
X_3	Tenencia de tierra y medios productivos	Tenencia de tierra	Dummy	¿Cuál es la forma predominante de tenencia de la Unidad Productiva?

[1] Una variable continua es aquella que puede tomar cualquier valor dentro de un rango determinado, mientras que una variable dummy es una variable categórica que toma el valor de 1 o 0 para indicar la presencia o ausencia de una característica.

	Concepto	Variable	Tipo variable[1]	Pregunta
X_4	Trabajo no remunerado	Horas diarias dedicadas a labores de hogar y cuidado	Continua	¿Cuántas horas diarias considera usted que invierte en labores del hogar y de cuidado? [Cuidado de adultos o niños/as] [Cocina] [Preparación de alimentos] [Aseo y limpieza]
X_5	Trabajo remunerado	Horas diarias dedicadas a actividades productivas	Continua	¿Cuántas horas diarias le dedica a trabajar su Unidad Productiva o emprendimiento?
X_6	Bancarización	Acceso a productos financieros	Dummy	¿Usted cuenta con uno o alguno de los siguientes productos financieros?
X_7	Decisiones financieras	Género de quien toma decisiones financieras	Dummy	¿Quién es el responsable de tomar las decisiones diarias acerca de las finanzas del hogar?

Fuente: Elaboración propia

Las variables presentadas anteriormente permitieron construir la correlación del modelo propuesto, a través de características observables. Si bien la autonomía económica parece un concepto difuso y complejo de parametrizar, esta investigación tomó como variable los ingresos generados en ambos escenarios, entendiendo que estos tienen un peso importante en el objetivo del programa y como aspecto económico por excelencia dentro de la dinámica de la economía capitalista y campesina.

Cumpliendo con los objetivos específicos planteados, otras variables indagan por la percepción de las mujeres participantes y no participantes (como el caso de acceso a mercados), y otras hacen referencia a los cambios que pueden ser diferenciales entre ambos grupos del estudio.

5. Resultados

El presente capítulo analiza las percepciones de las mujeres participantes del programa *Mercados Campesinos* sobre su autonomía económica, explorando los cambios experimentados a lo largo del proceso de participación. Se busca vincular estos resultados directamente con los objetivos de la investigación, evaluando en qué medida las metas establecidas por el programa contribuyen al desarrollo de la autonomía económica de las participantes. El análisis vincula reflexiones cuantitativas y cualitativas en torno a las variables que se relacionan con la autonomía económica. Además, se busca determinar los cambios en la autonomía económica de las mujeres participantes en *Mercados Campesinos* con respecto a mujeres no participantes del corregimiento de San Cristóbal.

Se aclara que, el análisis de la presente evaluación ex-post, parte de la línea base que la (Alcaldía de Medellín, 2024b) establece en el plan de trabajo anual, donde se indica que dicha línea contempla el aumento del ingreso de productores, la eficiencia del área de producción y el aumento de productores que participan del programa. Esta línea base no solo provee un punto de referencia cuantitativo, sino que también permite identificar las brechas iniciales que el programa buscaba abordar, tales como la falta de acceso a mercados organizados, bajos niveles de ingresos y escasa eficiencia productiva. Esto se analiza considerando cómo estos indicadores afectan la capacidad de las mujeres para tomar decisiones económicas autónomas, mejorar su calidad de vida y generar mayores oportunidades en sus actividades productivas. En la ***Tabla 13*** se referencian las metas para el cuatrienio:

Tabla 13.

Metas de indicadores Mercados Campesinos 2024-2027.

Objetivo del programa	Nombre del Indicador	Unidad de medida	Año Base	Línea Base	Meta Cuatrienio 2024-2027	Dependencia responsable
Aumento del ingreso	Ingreso per cápita de los campesinos participantes de estrategias de comercialización	Pesos	2023	1.318.930	1.701.420	Secretaría de Desarrollo Económico
Eficiencia área producción	Eficiencia del área productiva agropecuaria de los campesinos de los corregimientos	Porcentaje	No aplica	No aplica	10	Secretaría de Desarrollo Económico
Aumento de productores	Productores agropecuarios que participan en circuitos cortos de comercialización	Número	No aplica	550	600	Secretaría de Desarrollo Económico

Fuente. (Alcaldía de Medellín, 2024b)

Es importante resaltar que las metas del programa no solo miden resultados tangibles como ingresos o cantidad de productores, sino que también influyen indirectamente en la generación de confianza y habilidades en las participantes para gestionar sus recursos de manera

independiente. Esto establece una relación directa con los objetivos del presente estudio. En este sentido, las metas iniciales de ingresos y participación en circuitos cortos de comercialización no solo son relevantes para el desarrollo económico, sino que también representan un avance hacia la creación de estructuras de apoyo colectivo, empoderamiento y sostenibilidad a largo plazo.

La inclusión de estas metas como línea base permite trazar una conexión clara entre el estado inicial de las participantes y los impactos del programa en términos de autonomía económica, estableciendo un marco relevante para evaluar los cambios logrados en el período de análisis.

A partir de la ***Tabla 13***, se presenta un análisis preliminar de los principales indicadores evaluados, destacando avances en términos de eficiencia del área de producción, aumento de productores y crecimiento de ingresos de los participantes. En lo que respecta a la eficiencia del área de producción, los resultados evidencian mejoras en la relación entre los recursos utilizados y la producción lograda en los *Mercados Campesinos*. Estas mejoras sugieren que las estrategias implementadas han optimizado el uso del suelo agrícola, promoviendo tanto la rentabilidad como la sostenibilidad ambiental. Este avance ha sido facilitado por la adopción de prácticas agrícolas más eficientes y por la capacitación técnica brindada a los productores, aspectos determinantes en la implementación del programa.

Por otro lado, el crecimiento sostenido en el número de productores participantes refleja una evolución constante en la dinámica del programa. Aunque no se trata de un aumento acelerado, este comportamiento reafirma la capacidad del programa para mantener un flujo estable de nuevos participantes y consolidar una red de productores diversificada, fortaleciendo con ello las economías locales y garantizando la continuidad de la oferta de productos en los mercados campesinos.

Finalmente, el incremento en los ingresos de las participantes destaca como uno de los aspectos centrales del impacto del programa en la autonomía económica de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal. Los datos disponibles muestran un aumento significativo en los ingresos, vinculado directamente al éxito de las estrategias de comercialización y a la eliminación de intermediarios. Este crecimiento económico ha tenido un impacto positivo en la calidad de vida de las mujeres participantes y sus familias, favoreciendo su bienestar y fortaleciendo su autonomía económica. Este aspecto será abordado con mayor detalle en secciones posteriores, considerando su relevancia dentro del marco de la evaluación exploratoria.

A continuación, se presenta la caracterización sociodemográfica, de manera acotada, de las mujeres participantes del programa que fueron parte de la muestra de la presente investigación. Posteriormente, se procede con el análisis de los cambios en las variables priorizadas en la investigación en un escenario con proyecto y sin proyecto, y, por último, se vincula un análisis de dimensión social y funcional del programa en términos de los impactos en la autonomía económica de las mujeres.

5.1 Perfil sociodemográfico de las mujeres participantes del estudio

Durante la recolección de información se obtuvo la respuesta de ocho (8) mujeres participantes de *Mercados Campesinos*, y siete (7) mujeres habitantes del corregimiento de San Cristóbal que no participan del programa. Si bien en un inicio el grupo de control contemplaba el mismo número, las respuestas de mujeres que no producían ingresos no se incluyeron, para mayor fiabilidad en el estudio. Sin embargo, es importante aclarar que el método de emparejamiento permite analizar y comparar dos (2) grupos sin la necesidad de estar compuestos por el mismo número de participantes, siempre y cuando las características observables elegidas se conserven.

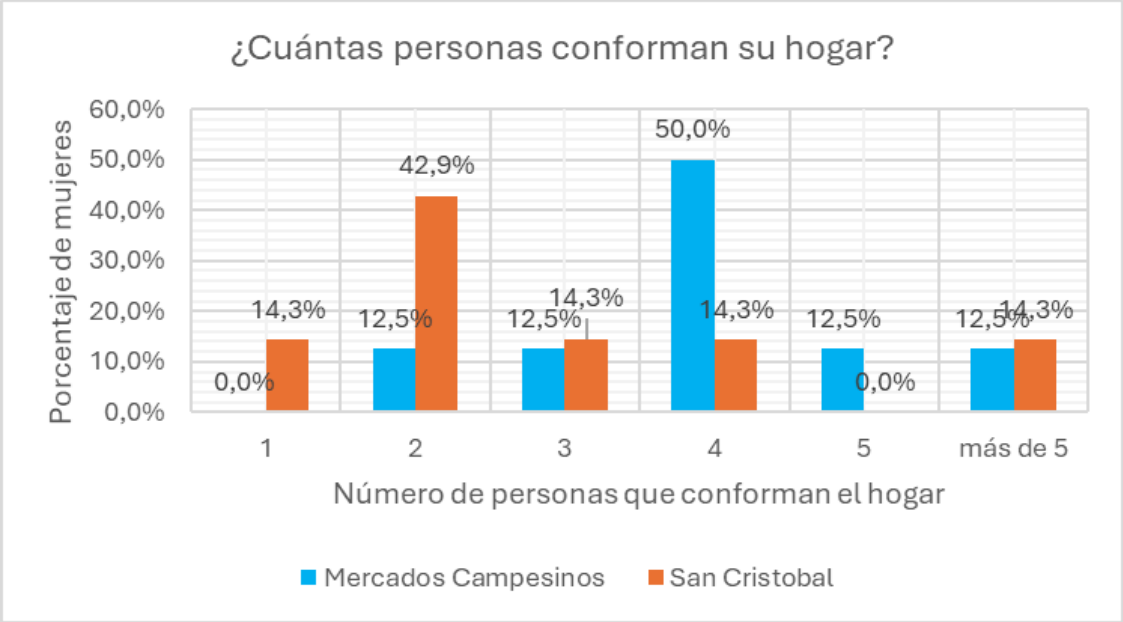
Antes de iniciar el análisis de los resultados, es relevante conocer la muestra de mujeres encuestadas a partir de sus características sociodemográficas, como la edad, zona que habitan, conformación del hogar, y desarrollo de sus actividades productivas. Estas características observables son determinantes para comprender las dinámicas dentro del programa y de las variables analizadas.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, exclusivamente en relación con las mujeres encuestadas, el 75% de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos del corregimiento de San Cristóbal tienen entre 46 a 64 años, el 62,5% se identifica como campesina y el 87% habita en zona rural; por su parte, según los mismos datos de la encuesta, el 57,1% de las mujeres del corregimiento de San Cristóbal que no participan del programa tiene entre 46 a 64 años, solo el 21,4% se identifica como campesina y el 71,4% habita en zona rural.

En relación con la pregunta *¿Cuántas personas conforman su hogar?*, se observa que el 50% de los hogares de las mujeres participantes del programa se encuentran conformados por 4 integrantes, mientras que los hogares de las mujeres del grupo de control tienden a ser más pequeños, destacándose que el 42,9% de ellas viven en hogares de 2 integrantes (ver ***Figura 2***).

Figura 2

Personas que conforman el hogar de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al punto de comercialización de las mujeres que participan en el programa, se puede apreciar que el 25% de la población encuestada, se encuentra ubicada en el Sector La Presidenta; el 75% remanente se encuentra distribuida de manera proporcional (12.5%) entre eventos y los sectores de Ciudad del Río, Parque de Belén, Parque El Pajarito, Parques del Río.

5.2 Análisis cuantitativo

Con respecto al análisis cuantitativo se presenta la correlación en ambos grupos, centrando el análisis en aquellas variables independientes que mayor fuerza tienen con la variable dependiente, es decir, con los ingresos (ver ***Figura 3*** y ***Figura 4***):

Figura 3

Correlación del grupo de tratamiento.

	Ingresos	*Educación*	*Acceso a mercados*	*Tenencia de tierra*	*Trabajo no remunerado*	*Trabajo remunerado*	*Bancarización*	*Decisiones financieras*
Ingresos	1							
Educación	0,568657273	1						
Acceso a mercados	0,442432749	0,052342392	1					
Tenencia de tierra	0,291677887	0,436186602	0,066666667	1				
Trabajo no remunerado	-0,454976323	-0,405063162	-0,184338069	0,2399873	1			
Trabajo remunerado	-0,408962253	0,338292933	-0,480587808	-0,36458385	-0,09856212	1		
Bancarización	0,292644214	0,536349916	-0,292770022	0,29277002	0,371670964	0,291106972	1	
Decisiones financieras	0,012692849	-0,270294951	-0,25819889	-0,25819889	0,444527604	0,064183054	0,377964473	1

Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

En el caso de las mujeres participantes de *Mercados Campesinos* las variables que arrojan valores significativos para su análisis son educación (0,56) y acceso a mercados (0,44), con una relación directamente proporcional, es decir que, cuando cada una de las variables aumenta, se perciben mayores ingresos. En cambio, el trabajo no remunerado presenta una relación inversamente proporcional en la cual, si aumentan las horas de trabajo doméstico, los ingresos disminuyen (-0,45). Si bien el trabajo remunerado presenta una relación negativa, se requiere mayor análisis para este hallazgo (-0,40).

El comportamiento observado sugiere que las mujeres con mayor acceso a educación y mercados tienen mayores posibilidades de traducir estos factores en ingresos económicos concretos. Sin embargo, la relación inversa del trabajo no remunerado expone las tensiones existentes entre las responsabilidades domésticas y la generación de recursos. Es decir, estas cargas no solo afectan el tiempo disponible para actividades productivas, sino que también podrían reflejar patrones sociales que perpetúan la dependencia económica.

Además, estos resultados subrayan la importancia de analizar las dinámicas intrafamiliares y culturales que pueden influir en la distribución del tiempo y las responsabilidades de las mujeres, afectando directamente su capacidad para aprovechar las oportunidades económicas que ofrece el programa. La correlación negativa también podría estar

relacionada con la falta de acceso a servicios de cuidado infantil o apoyo comunitario, aspectos que podrían ser objeto de estudio en futuras evaluaciones.

Las demás variables que no se encuentran señaladas en la tabla, no presentan una correlación significativa o fuerte; aunque tendrán un análisis descriptivo para conocer a detalle el comportamiento a partir del instrumento de recolección.

Figura 4

Correlación del grupo de control.

	Ingresos	*Educación*	*Acceso a mercados*	*Tenencia de tierra*	*Trabajo no remunerado*	*Trabajo remunerado*	*Bancarización*	*Decisiones financieras*
Ingresos	1							
Educación	0,56420996	1						
Acceso a mercados	0,314231518	0,36596253	1					
Tenencia de tierra	-0,448568028	0,19364917	-0,2645751	1				
Trabajo no remunerado	-0,088083167	0,62053096	0,56520446	0,22888629	1			
Trabajo remunerado	-0,58822731	-0,0574824	-0,5638473	0,91106339	0,04682777	1		
Bancarización	0,557985258	0,82495791	0,80507649	-0,0912871	0,65190417	-0,4231371	1	
Decisiones financieras	0,014960876	0,47140452	0,08050765	0,54772256	0,12536619	0,2918187	0,416666667	1

Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección.

El hallazgo más relevante para el grupo de control es la relación positiva entre ingresos y bancarización (0,55), la cual no se refleja en el grupo de tratamiento. Se podría decir que, contar con al menos 1 producto financiero tiene más probabilidades de aumentar los ingresos de las mujeres por fuera del programa. Por otro lado, frente a educación se presenta nuevamente una correlación fuerte (0,56), y para acceso a mercados se encuentra en un nivel moderado (0,31).

La correlación entre ingresos y bancarización evidencia diferencias estructurales entre ambos grupos en términos de acceso y uso de recursos financieros. Mientras que las participantes de Mercados Campesinos parecen depender en mayor medida de su inserción en los mercados, las mujeres del grupo de control muestran una mayor influencia de los sistemas bancarios sobre sus ingresos. Estas diferencias podrían estar asociadas con la naturaleza del programa y las estrategias de comercialización utilizadas, lo que implica dinámicas distintas en la forma de obtener ingresos.

El contraste entre ambos grupos podría sugerir que el programa no prioriza la inclusión financiera como uno de sus ejes estratégicos. Esto abre la posibilidad de explorar si las mujeres participantes enfrentan barreras estructurales o de conocimiento para acceder a servicios financieros formales, lo cual podría limitar el impacto del programa en su autonomía económica.

Nuevamente el hallazgo contraintuitivo de la relación negativa entre ingresos y trabajo remunerado aparece (-0,58). Aunque requiere un análisis estadístico de mayor profundidad, esta variable tendrá un acercamiento cualitativo más adelante.

La relación negativa entre ingresos y trabajo remunerado puede estar vinculada con condiciones laborales adversas que limitan la capacidad de estas mujeres para generar ingresos sostenibles. Es relevante considerar si estas mujeres enfrentan jornadas extensas con baja remuneración, lo cual podría afectar su productividad y su percepción de autonomía económica.

Esta correlación podría estar vinculada también con la naturaleza del trabajo desempeñado, donde las mujeres podrían estar concentradas en sectores con altos niveles de informalidad o empleo precario. Frente a tenencia de tierra la correlación muestra que, entre menos probabilidad de acceso a tierra, mayores serán los ingresos (-0,44). Se infiere que, la tierra podría ser un medio que limita la autonomía económica debido a las implicaciones en términos de obligaciones. En este caso, el acceso a tierra parece actuar más como una carga que como un recurso económico directo. Esto puede deberse a los costos y responsabilidades asociadas a la tenencia de tierra, lo que sugiere que, para algunas mujeres, tener tierra no necesariamente se traduce en ingresos, sino en obligaciones adicionales que afectan su capacidad de diversificar actividades económicas.

Asimismo, es posible que las mujeres con acceso limitado a la tierra destinen más tiempo y recursos a actividades económicas externas, como la comercialización, lo que podría explicar el aumento de sus ingresos. Este hallazgo plantea interrogantes sobre las estrategias de uso de

recursos productivos en el marco del programa y su relación con la autonomía económica de las beneficiarias.

A continuación, se presenta el análisis descriptivo desde una mirada cualitativa sobre los resultados arrojados por la encuesta en ambos grupos de estudio. Las variables que se presentan en el siguiente análisis son: características de los ingresos, uso del tiempo en labores no remuneradas y trabajo remunerado, acceso a tecnologías de información y comunicación –TIC-, tenencia de tierra y medios productivos, acceso a mercados, bancarización de las mujeres, y finalmente acceso a servicios.

5.3 Análisis cualitativo

5.3.1 Ingresos

A partir de la información del presente estudio, los ingresos entendidos como recursos económicos a los que las mujeres pueden acceder, generar y administrar para satisfacer sus necesidades, permiten encontrar una influencia significativa en el desarrollo de autonomías de las mujeres.

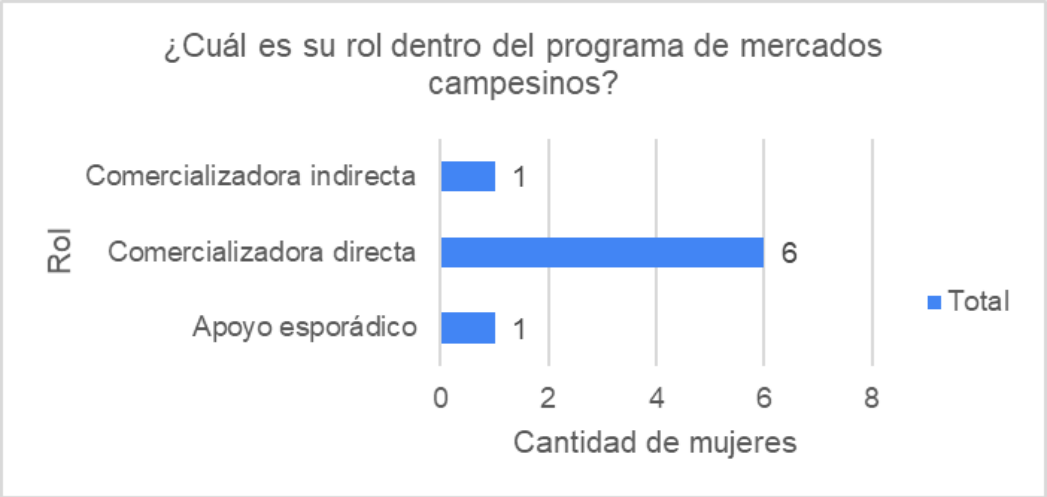
En el marco del programa *Mercados Campesinos*, la generación de ingresos es uno de sus objetivos directos en las familias dedicadas a la agricultura campesina. La posibilidad de que una persona pueda generar ingresos mediante el programa según los criterios de participación consignados en el Decreto Municipal 497 de 2000, se da en primera instancia, siendo comercializadora directa (quién vende los productos propios en el espacio de comercialización), o indirectamente (quien vende y abastece a quiénes participan en los espacios de comercialización para garantizar una cantidad demandada de productos).

Con relación al propósito del estudio acerca del impacto en la autonomía económica de las mujeres, partiendo de la muestra utilizada para la encuesta, se encontró que estas asumen

distintos roles (ver ***Figura 5***), además de los mencionados, es posible la generación de ingresos mediante el apoyo o asistencia temporal en iniciativas económicas y productivas.

Figura 5

Rol de las mujeres participantes del programa.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección.

Ahora bien, para 2023 como año de referencia, según la Alcaldía de Medellín los ingresos (ver ***Figura 6***) por participante en promedio se encontraban en $1.318.930 y para la meta del cuatrienio 2023 a 2027 se busca un aumento a $1.701.420. Como resultado de la información recolectada y generada con las mujeres encuestadas, se identificó que en el caso de las mujeres participantes del programa *Mercados Campesinos*, sus ingresos en promedio son de alrededor de $981.250. Contrastando con el grupo de mujeres habitantes de San Cristóbal -luego de validar que contaban con ingresos propios- se percibe una diferencia, pues estas en promedio generan un ingreso de $1.052.857 al mes.

Uno de los hallazgos relevantes, es que tanto las mujeres de *Mercados Campesinos* como aquellas no participantes que contaban con una participación como comercializadoras directas, su

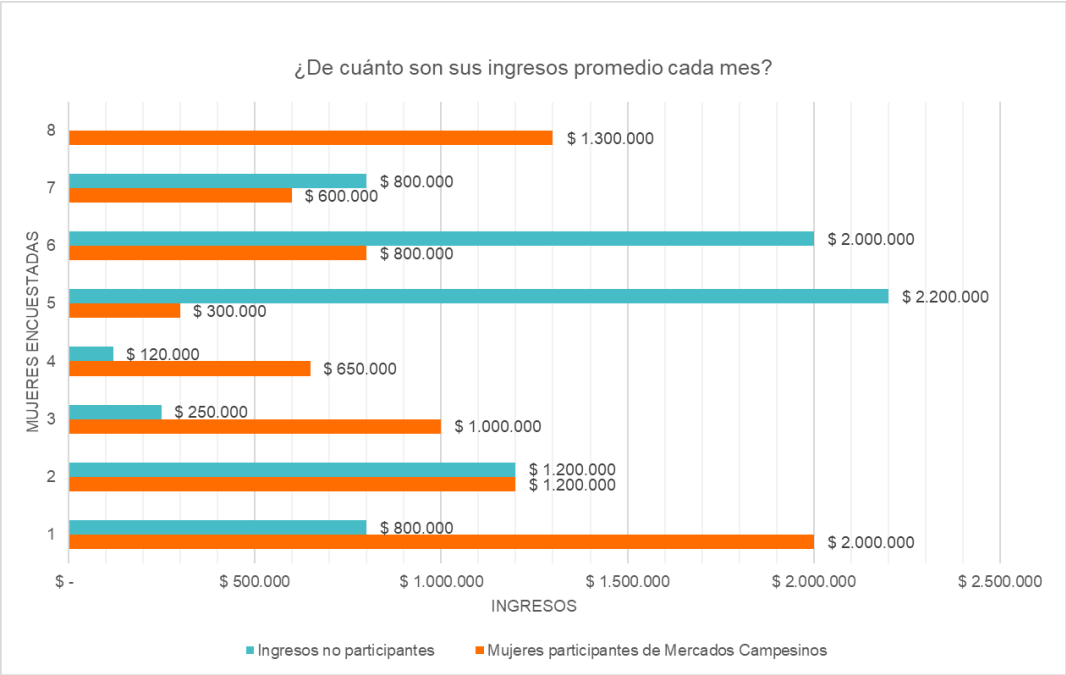
ingreso oscilaba en un rango entre $600.000 a $2.000.000, versus una comercializadora indirecta y/o apoyo esporádico, su ingreso promedio estaba en $300.000 a $650.000.

Lo anterior, indica que, contar con espacios e instancias de comercialización directa en el contexto de *Mercados Campesinos* donde no exista ninguna tercerización o intermediación, aumenta el margen de ganancia. No obstante, para el grupo de control se encontró que, aunque las mujeres son comercializadoras directas en el Parque Principal de San Cristóbal, los ingresos varían acorde al tipo de producto que se ofrece y la capacidad de producción, por ello, los rangos de ingresos en las mujeres no participantes oscilan entre $120.000 a $2.200.000.

La ventana de comercialización que tienen las mujeres participantes de los mercados campesinos y de las no participantes, se llevan a cabo en diferentes contextos, aunque comparten similitudes como estar ubicados en parques principales, puede generar efectos diferentes para las mujeres en términos de sus ingresos, pues supone entender que los espacios de comercialización del programa se dan en Medellín, lo cual puede representar mayor demanda de productos y tráfico de personas. Para el caso de las mujeres no participantes, su principal instancia de comercialización se da en el Parque Principal de San Cristóbal.

Figura 6

Ingresos promedio mujeres participantes y no participantes del programa.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección.

Si bien no se contempló un ejercicio de comparación entre el comportamiento de los ingresos en comercializadores directos con género masculino participantes del programa, este podría ser un foco de análisis en futuros estudios, para así determinar si el comportamiento de estos también se encuentra bajo el promedio de la línea base del 2023, identificando así posibles brechas de género en el ejercicio de comercialización.

Aunque el 100% de mujeres participantes afirmó que sus ingresos provienen del proyecto productivo con el que participan en *Mercados Campesinos*, se reconoce que participan en otras instancias de comercialización como ventas directas por encargos a personas naturales o a entidades como centros de distribución minoristas, mayoristas, o ferias particulares.

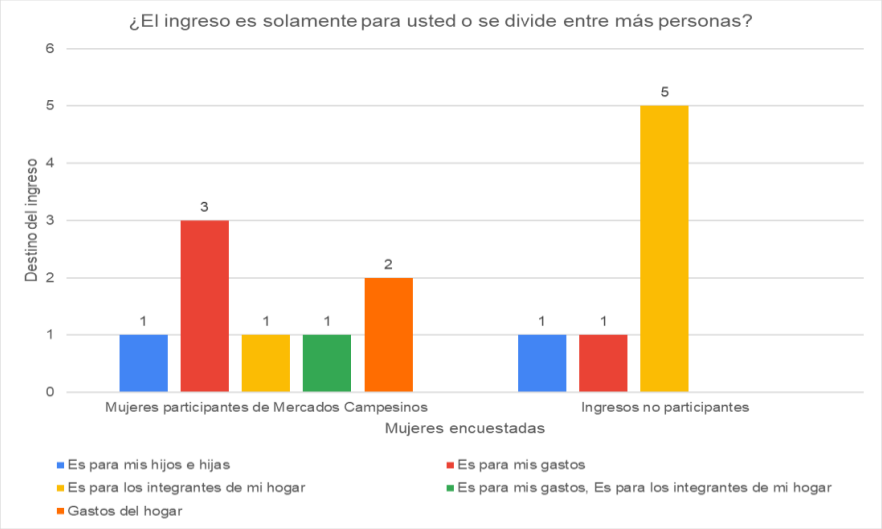
Se destaca, además, que existe el apoyo de programas a nivel de ingresos para las mujeres participantes del programa, tales como *Renta Ciudadana* y *Concurso de Fincas Culturales*. Para

aquellas mujeres participantes, se identificó que se benefician de programa del adulto mayor, *World Vision* y apoyo en insumos por parte de la Alcaldía de Medellín y la Corporación Penca de Sábila.

El programa en anteriores ocasiones no ha tenido la valoración de lo que se genera a partir del acceso a ingresos mensuales, para el presente estudio se encontró particularmente que las mujeres participantes tienen unas prácticas de redistribución del recurso y sus beneficios de manera variada, en comparación de aquellas prácticas de las mujeres no participantes. Como se muestra en la ***Figura 7*** en relación con la destinación del ingreso, mientras que las mujeres participantes distribuyen los beneficios económicos para ellas, sus familias y sus hogares, mayoritariamente las mujeres no participantes, afirman que sus ingresos son para beneficiar a los integrantes del hogar.

Figura 7

Beneficio del ingreso.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección.

Han existido diferentes barreras para que las mujeres en contextos rurales puedan acceder a la generación de ingresos. Una de las principales dificultades radica en la existencia de normas culturales que restringen el pleno disfrute y control de los ingresos por parte de las mujeres. Como se evidencia en los presentes análisis, el recurso propio generado por la mujer suele destinarse prioritariamente al beneficio del entorno familiar, limitando su capacidad de inversión personal o económica. Esto pone en evidencia una causa estructural: la baja participación e incidencia de las mujeres en las decisiones sobre el uso de los ingresos y los gastos dentro de sus propios hogares.

Factores como el acceso limitado a información y educación están directamente asociados a esta problemática, pues restringen las oportunidades para que las mujeres negocien o ejerzan mayor control sobre sus recursos. Este contexto refuerza patrones de dependencia económica que perpetúan desigualdades de género en los entornos rurales.

En ese sentido, se identifica que las mujeres participantes tienen una participación en todas las decisiones o en la mayoría sobre la alimentación, el cuidado de la salud propia, el vestuario y el calzado y la educación para otros, siendo su rol transversal en la economía campesina familiar. Para las mujeres no participantes, se vislumbra mayor incertidumbre en torno a la percepción que cada una de ellas tiene sobre el aporte en la toma de decisiones del hogar.

5.3.2 Educación

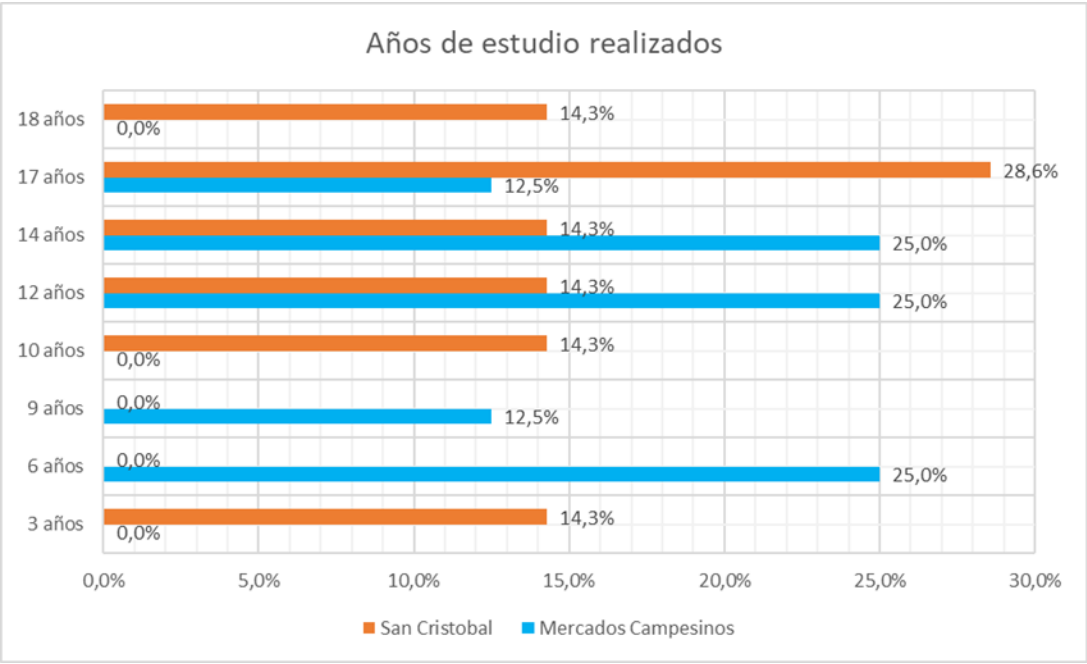
La educación es una dimensión fundamental para acceder, generar y administrar recursos que permitan el desarrollo integral de las mujeres, especialmente en entornos rurales y, por lo tanto, es un factor decisivo para su autonomía económica.

Respecto a esta variable, se formula la pregunta *¿Hasta qué grado de educación realizaste?* Las respuestas fueron parametrizadas a partir de los lineamientos del (Ministerio de Educación Nacional, 2024) frente a todo el ciclo educativo, es decir que, se dividió entre educación preescolar, básica primaria, básica secundaria, media académica/técnica, pregrado y posgrado. Los resultados obtenidos son la sumatoria del alcance del ciclo educativo de cada mujer.

El estudio muestra que la mayoría de las mujeres participantes del programa presentan niveles educativos intermedios (6, 12 y 17 años de estudio), solo el 12,5% de las mujeres participantes cuenta con formación universitaria. Por su parte, el grupo de control presenta una distribución más equilibrada, destacando que el 28,6% de las mujeres alcanzaron niveles de educación superior (ver ***Figura 8***).

Figura 8

Años de estudio realizados por las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control.

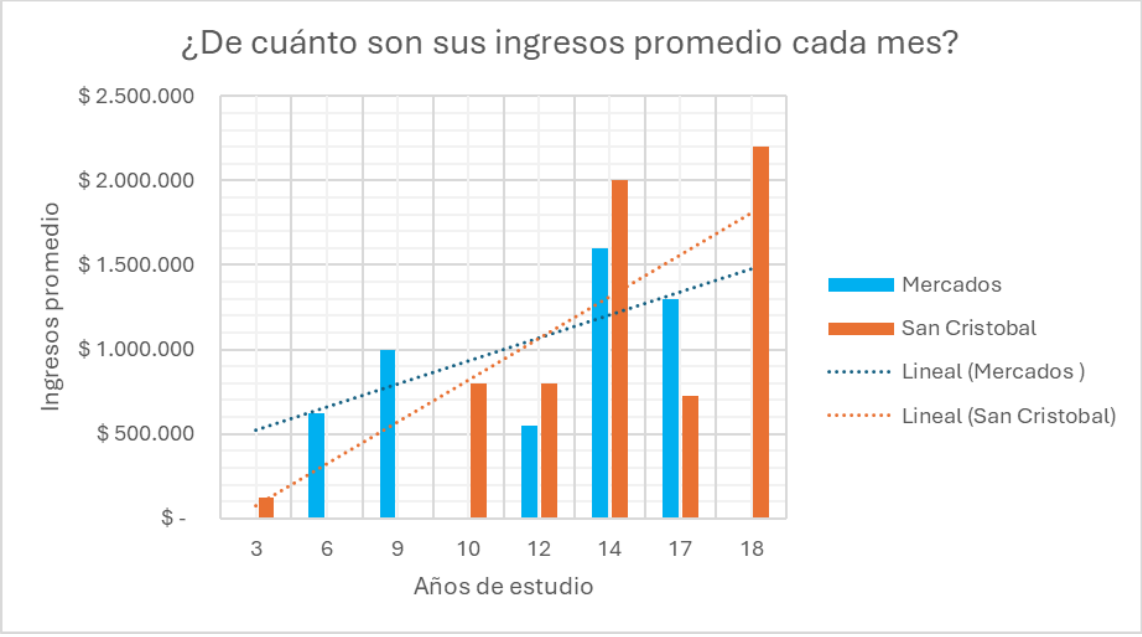


Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección.

A partir del anterior resultado, se realiza un análisis de relación entre los ingresos promedio mensuales de las mujeres y sus años de estudio. En la ***Figura 9 s***e confirma la correlación positiva entre los ingresos y la educación de ambos grupos, es decir, entre más años de estudio los ingresos mensuales tienden a ser más altos. Aunque en ambos grupos la línea de tendencia es ascendente, se aprecia una mayor variabilidad de los ingresos respectos a los años de estudio en las mujeres del grupo de control, con un notable incremento en los 14 y 18 años de estudio. En comparación, las mujeres que participan del programa muestran un incremento consistente en sus ingresos a medida que aumentan los años de estudio.

Figura 9

Relación entre los ingresos promedio mensuales y los años de estudio de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

De acuerdo con el estudio realizado, la educación formal es una variable relevante para el desarrollo económico y el fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres. Sin embargo, el análisis cualitativo muestra que el programa Mercados Campesinos no considera la realidad socioeconómica de las mujeres participantes y solo se limita a generar espacios que incremente los ingresos de sus participantes, los cuales se encuentran condicionados por la falta de acceso a niveles de educación más altos.

Las mujeres que participan en el programa presentan niveles educativos más bajos en comparación con las mujeres que no forman parte de este. Este hecho impacta directamente en el cumplimiento de los objetivos del programa, ya que un nivel educativo intermedio limita la capacidad de las participantes en diversificar sus actividades, mejorar sus estrategias de comercialización y consolidar iniciativas de negocio más competitivas.

Por lo anterior, es necesario que el programa Mercados Campesinos diversifique su objetivo, integrando estrategias que fomenten la educación formal para potenciar las capacidades económicas y comerciales de las mujeres participantes y, de este modo, garantizar un impacto sostenible en su autonomía económica.

5.3.3 Uso del tiempo en trabajo remunerado

Para la sección de uso del tiempo en actividades remuneradas, se preguntó a ambos grupos por las horas diarias que dedican a sus emprendimientos o unidades productivas, según el caso que aplicara. En el ***Figura 10*** se expone el promedio de horas semanales que dedican las mujeres a trabajos dentro de la lógica productiva.

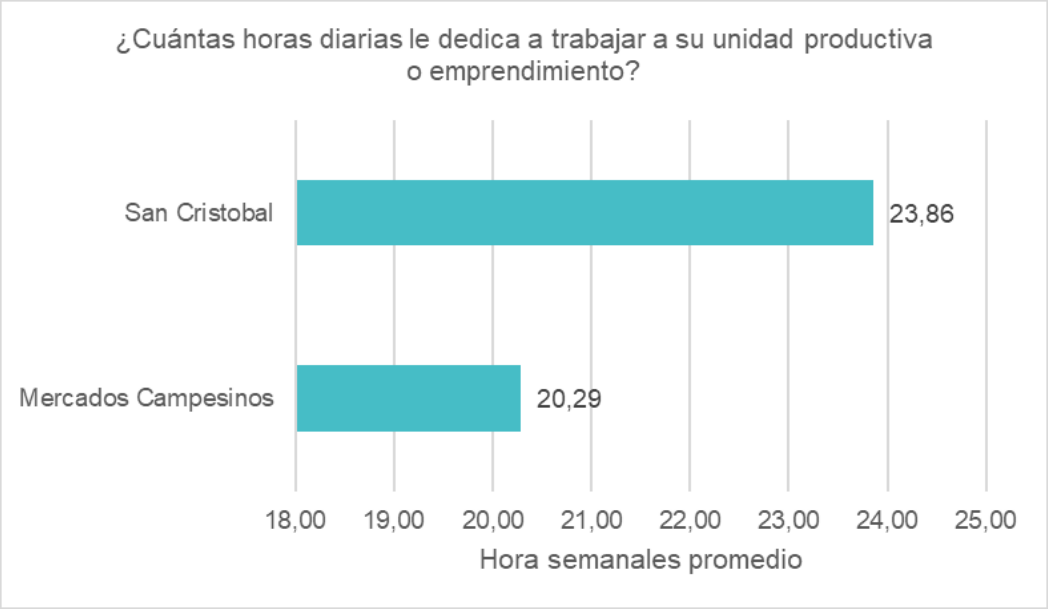
Aunque existe la percepción entre las encuestadas que las mujeres de Mercados Campesinos trabajan más, los datos muestran 4 horas de diferencia entre ambos grupos, en el que las mujeres que no hacen parte del programa dedican más tiempo a sus emprendimientos.

Algunos análisis que se suman a esta variable, es que las familias de las mujeres participantes del programa tienen mayor número de integrantes, lo cual puede representar mayor dedicación a las actividades de cuidado.

Se infiere que, esto se debe a la doble jornada de trabajo remunerado del grupo de mujeres no participantes, quienes muchas de ellas se dedican a un trabajo formal, a su vez que sacan adelante su emprendimiento. Mientras tanto, las mujeres de Mercados Campesinos cuentan con la posibilidad de prepararse para los espacios de comercialización desde mitad de semana, pues la mayoría asiste un (1) solo día de la semana; además el programa al contemplar la dinámica familiar acoge prácticas de apoyo por parte de otros participantes o personas del hogar.

Figura 10

Horas semanales promedio dedicadas a trabajo remunerado.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

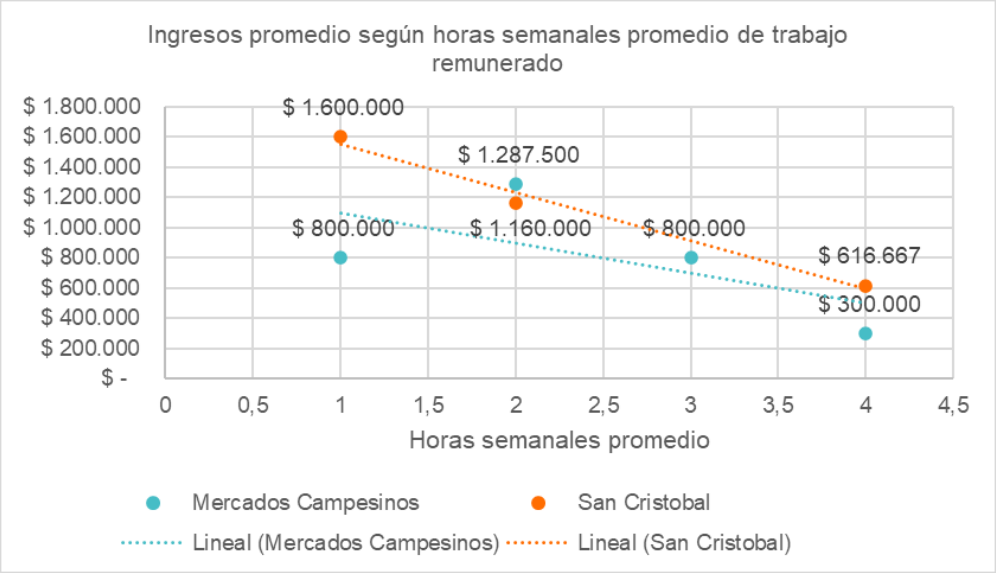
En adición, cruzando el análisis entre ingresos y trabajo remunerado (ver ***Figura 11***), se demuestra que el ingreso promedio de las mujeres emprendedoras por fuera del programa tiene un comportamiento que sigue la línea de tendencia. Lo opuesto ocurre para Mercados Campesinos que tiene los datos con gran dispersión, además de confirmar la correlación que entre más horas de trabajo invierten, menores ingresos perciben.

Parte de un análisis ampliado podría relacionar este resultado a fenómenos diferentes para cada grupo. Frente a las mujeres no participantes valdría la pena indagar la relación entre las horas invertidas en sus emprendimientos con la productividad de estas. Por otro lado, el punto de comercialización y los productos a ofertar de las participantes podrían explicar lo aquí planteado. Además, la sobrecarga en labores de cuidado y hogar, la violencia de género, la ocupación o no ocupación de cargos directivos y otros aspectos, podrían ser pistas para explicar esta relación contraintuitiva.

No obstante, el análisis entre ambas variables merece una muestra ampliada, además del estudio de dos (2) valores outsiders, que distan del comportamiento de los otros datos (4 horas promedio con 300.000 -Mercados Campesinos- y 1 hora promedio dedicada con un valor de 1.600.000 -San Cristóbal-).

Figura 11

Ingresos promedio según horas semanales promedio dedicadas a trabajo remunerado.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

Por otro lado, analizar el promedio de horas semanales dedicadas por las participantes es un recurso que permite medir su participación en labores productivas y de comercialización; de acuerdo con los resultados, las mujeres de 46 a 64 años dedican más tiempo a Mercados Campesinos, con un promedio de 4,98 horas semanales, en comparación con las 3,86 horas que invierten las mujeres de 29 a 45 años (***Tabla 14***).

Tabla 14.

Promedio horas semanales que le dedican las mujeres al programa Mercados Campesinos

Rango de edad	**Promedio horas semanales dedicadas al programa Mercados Campesinos**
29-45 años	3,86
46-64 años	4,98

Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

De acuerdo con la caracterización sociodemográfica, las mujeres entre 46 a 64 años representan el mayor porcentaje de participación en ambos grupos articulados en este análisis. Esto puede indicar que, las mujeres del corregimiento de San Cristóbal en este rango de edad son quienes más desarrollan iniciativas económicas para la comercialización de productos primarios y/o transformados, sin importar si pertenecen o no al programa. Lo anterior puede explicarse por una mayor disponibilidad de tiempo en este grupo etario, asociada a una reducción de responsabilidades de cuidado que les permite involucrarse más activamente en la comercialización de productos.

5.3.4 Uso del tiempo en labores no remuneradas

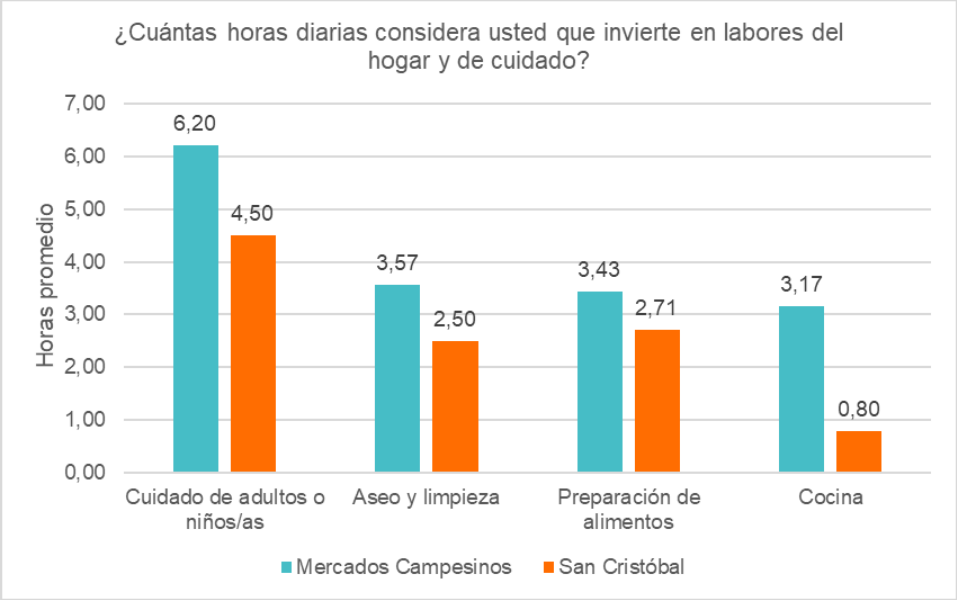
Si bien las mujeres participantes del programa trabajan menos horas que el grupo de comparación, los hallazgos evidencian que dedican más horas promedio a las labores de hogar y cuidado (ver ***Figura 12***). Principalmente, una de las actividades no remuneradas en la que invierten mayor tiempo es al cuidado de adulto/as y niños o niñas (6,20 horas), seguido de aseo y limpieza (3,57), preparación de alimentos (3,43) y cocina (3,17). Aunque a simple vista la diferencia entre ambos grupos no es amplia, la ponderación de todas las actividades arroja que las mujeres dentro de Mercados Campesinos dedican en promedio 6 horas más (16,37 horas), que las mujeres no participantes (10,51 horas).

Estar inmersas en estas dinámicas por tiempos prolongados significa perder oportunidades de inversión de tiempo en actividades para el desarrollo de su autonomía económica, bien sea en roles productivos, educándose, o desarrollando su proyecto de vida. Además, este hallazgo es diciente de las dinámicas de la economía campesina que sostiene al programa, pese a que involucra a todos los actores familiares, la redistribución de las cargas del hogar es un aspecto poco explorado en el programa y un fenómeno estructural que persiste en la ruralidad.

Las labores de cuidado a adultos o niños/niñas orientan frente a la necesidad de un posible acompañamiento o reformulación del programa, que tenga en cuenta los aspectos reproductivos para mejorar el desarrollo de la autonomía económica de las mujeres.

Figura 12

Horas diarias promedio dedicadas a labores no remuneradas.



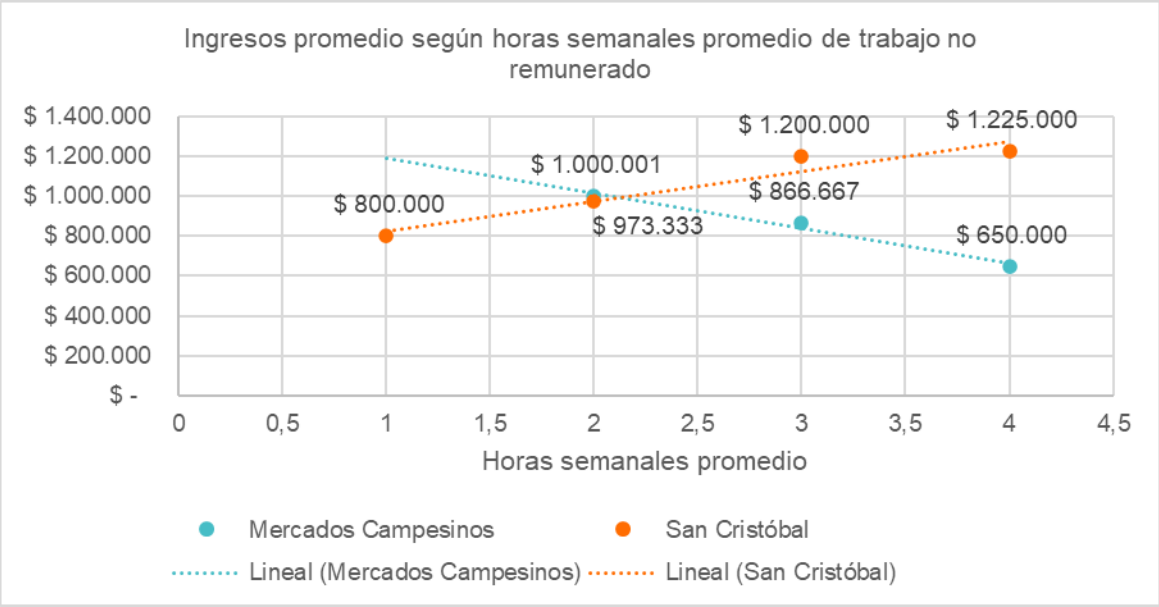
Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

En contraste, en la ***Figura 13*** de dispersión se evidencia y confirma lo planteado en la correlación. Las mujeres de Mercados Campesinos perciben menos ingresos, entre más tiempo invierten en labores de cuidado y hogar. Esta evidencia confirma supuestos teóricos que plantean que, estar inmersas en labores no remuneradas, interrumpe la realización de otro tipo de actividades y la satisfacción de sus propias necesidades.

La dispersión de los datos tanto en San Cristóbal como en Mercados Campesinos es mínima, pues siguen la línea de tendencia trazada. Debido a que la correlación entre trabajo no remunerado e ingresos para el grupo de control no es significativa, el análisis cualitativo en este apartado no se desarrolla con mayor detalle.

Figura 13

Ingresos promedio según horas semanales promedio dedicadas a trabajo no remunerado.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

5.3.5 Acceso a tecnologías de la información y comunicación -TIC-

En relación con la iniciativa productiva de las mujeres, se valoró si tenían acceso a un teléfono celular, conexión a internet, la calidad del internet y cuánto tiempo diariamente pueden acceder a este recurso; esto en razón a la importancia de la comunicación en su rol de comercializadoras en el programa.

En la información suministrada por las mujeres participantes del programa y en el escenario sin proyecto se encontró que el 100% de las mujeres (8 mujeres), cuentan con acceso a internet y celular, además su calidad es buena y pueden acceder todo el tiempo. Sobre lo anterior, únicamente 12% (1 mujer) accede un tiempo limitado entre 30 minutos y 1 hora.

En el escenario sin proyecto, se identificó que el 42% (3 mujeres) no cuentan con acceso a internet y su calidad no es tan buena. De cara a esta situación, y entendiendo que entre el 70% de

las mujeres no participantes y el 87% de las mujeres participantes de programa viven en zona rural, no se identifica una brecha determinante para el acceso a TIC.

No obstante, relacionando la variable de acceso a tecnologías de la información y comunicación, con el rol de comercializadora y la tenencia de la tierra, se encuentra en las mujeres que participan de Mercados Campesinos, la trazabilidad de aquellas que priorizan la destinación de su producción a venta particular y venta en mercados, como quienes tienen acceso permanente a internet y uso de teléfono celular con datos, en muchos casos, por la necesidad de comunicación con sus clientes, usuarios y personal del programa Mercados Campesinos.

5.3.6 Tenencia de tierra y medios productivos

Con relación a esta variable, se indagó por el rol de administración de la tierra o los medios productivos, entendiendo que muchas de las mujeres realizan procesos de comercialización con productos primarios y transformados. Asimismo, se evaluó cómo destinan su producción, diferenciando entre autoconsumo, semillas, alimento para animales y ventas particulares.

Llama la atención que, entre las mujeres participantes de Mercados Campesinos, la distribución de la producción es más diversificada, abarcando autoconsumo, alimento para humanos y animales, venta particular y comercialización en las instancias habilitadas por el programa. En contraste, las mujeres no participantes concentran sus esfuerzos principalmente en la venta particular de sus productos, lo que podría reflejar diferencias en las estrategias de aprovechamiento productivo y acceso a mercados.

Lo anterior, plantea cómo las mujeres participantes de Mercados Campesinos no solo generan beneficios económicos para sí mismas, también sociales y a nivel de su calidad de vida. El acceso a un producto no solo contribuye a sus ingresos, sino que también fortalece la situación alimentaria de sus familias, garantizando una mayor disponibilidad de alimentos.

Para analizar de manera más precisa los posibles impactos en el bienestar familiar, tanto en un escenario con proyecto como sin proyecto, resulta fundamental realizar un diagnóstico en alimentación y nutrición. Este permitiría obtener datos más concretos sobre cómo el acceso a alimentos influye en la salud y calidad de vida de las familias.

5.3.7 Acceso a mercados

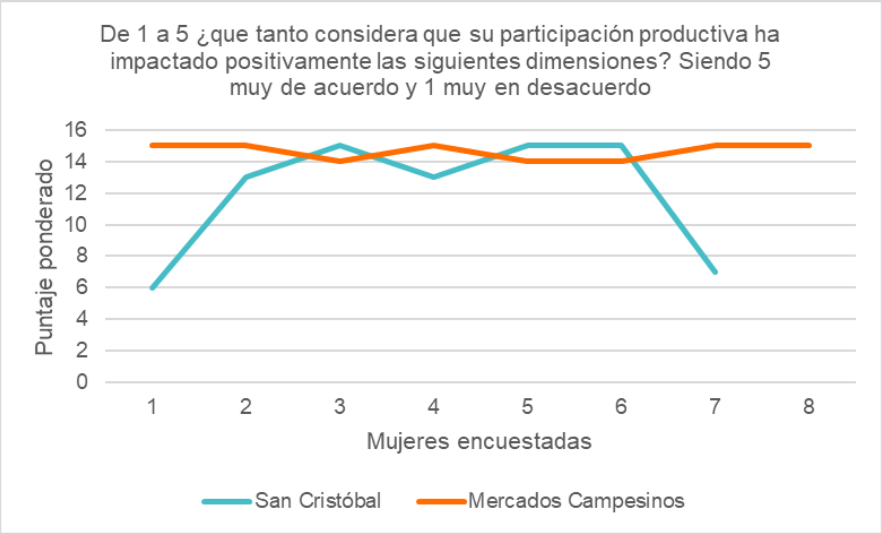
Con respecto a esta variable, se tuvo en cuenta la percepción de las mujeres participantes del programa y las no participantes, sobre el impacto que tenía su participación en actividades remuneradas. La ***Figura 14*** muestra una variación diferencial entre las mujeres de Mercados Campesinos y las de San Cristóbal frente a la satisfacción en 3 dimensiones, las cuales fueron ponderadas: a) el aumento en ventas, b) el aumento en sus ingresos propios, y c) el aumento en los ingresos familiares.

Mientras la línea naranja tiene un comportamiento continuo, la línea que representa a las mujeres no participantes tiene varias caídas, demostrando insatisfacción de su participación en actividades productivas. Más allá del resultado, las conversaciones dadas con las mujeres participantes demuestran que el programa tiene un alto grado de aceptación y acogida, que podría explicar la satisfacción en términos constantes por parte de las encuestadas.

En síntesis, brindar espacios garantizados constantemente para la salida de ventas, la oferta de capacitaciones y acceso a conocimiento, y el acompañamiento por parte de la administración municipal, puede hacer la diferencia entre las encuestadas dentro del proyecto versus las que están fuera del proyecto.

Figura 14

Percepción de las mujeres sobre el impacto de su participación productiva.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

Frente a las dificultades y desafíos que enfrentan las mujeres dentro y fuera de Mercados Campesinos, los motivos son diferenciales (ver Anexo B). Mientras que para las mujeres de *Mercados Campesinos* el transporte y la falta de motivación son dos problemáticas que aún enfrentan; para el grupo de mujeres emprendedoras por fuera del programa, el clima, el tiempo, y los recursos económicos son dificultades que afrontan para el desarrollo de sus actividades. Es necesario aclarar que, como se mencionó anteriormente, muchas de las mujeres fuera del programa se dedican a su emprendimiento, mientras cumplen con una jornada laboral dentro de un empleo formal.

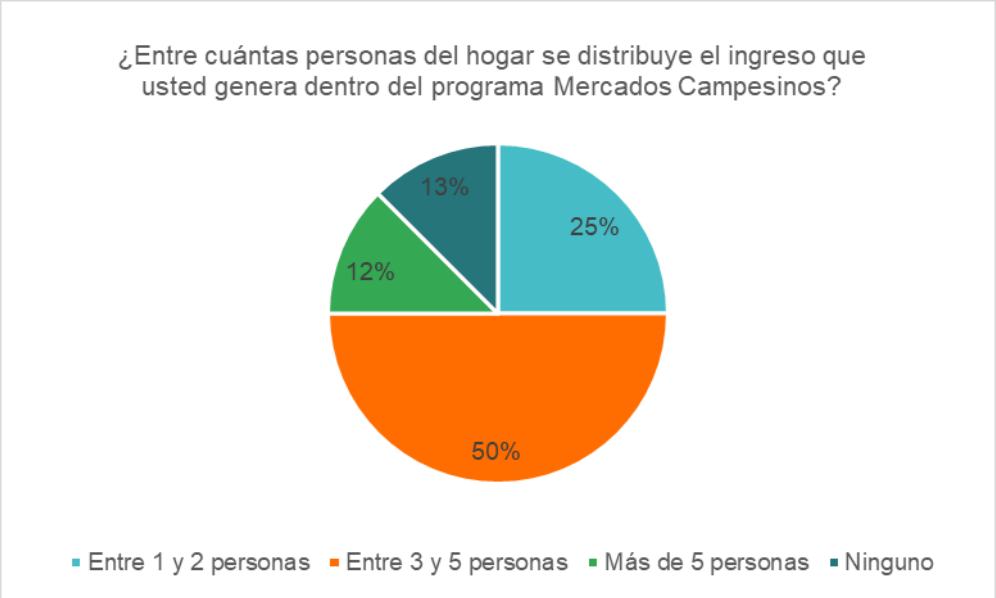
Por otro lado, la distribución del ingreso entre ambos grupos de comparación tiene una brecha importante a analizar. Mientras que el 50% de mujeres de Mercados Campesinos distribuyen el ingreso entre 3 y 5 personas, seguido de un 25% que lo distribuye entre 1 y 2

personas (ver ***Figura 15***); el 43% de las mujeres por fuera del programa distribuyen su ingreso entre 1 y 2 personas, y otro 29% no debe repartirlo con ninguna persona (ver ***Figura 16***).

Es diciente este hallazgo, debido a la importancia del programa para la dinámica de la economía campesina y la repercusión que tiene en otros familiares; sin embargo, en términos teóricos esto afectaría la autonomía económica de las mujeres en tanto sus decisiones económicas se encuentran condicionadas por otros actores y necesidades.

Figura 15

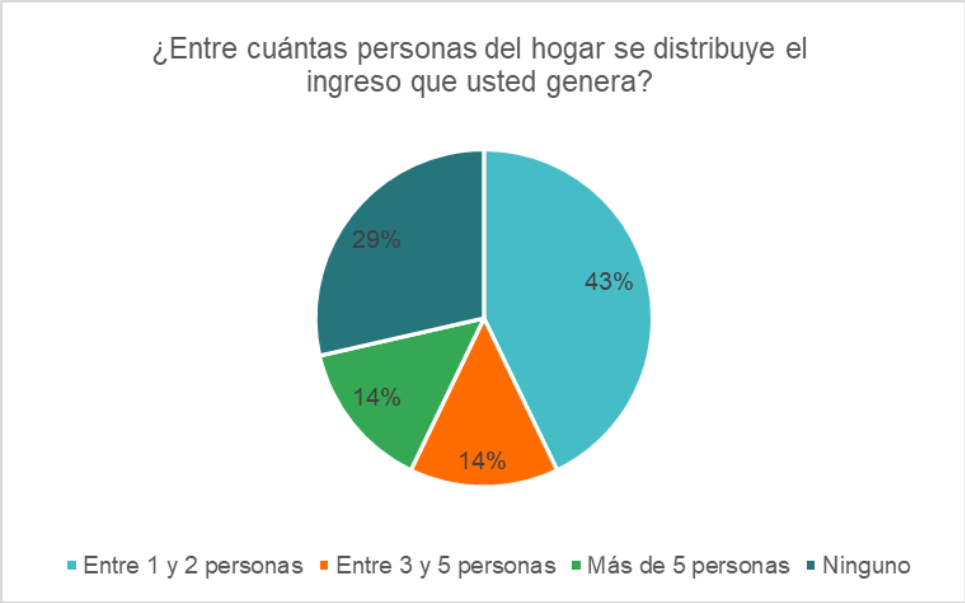
Distribución del ingreso mujeres Mercados Campesinos.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

Figura 16

Distribución del ingreso mujeres San Cristóbal.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

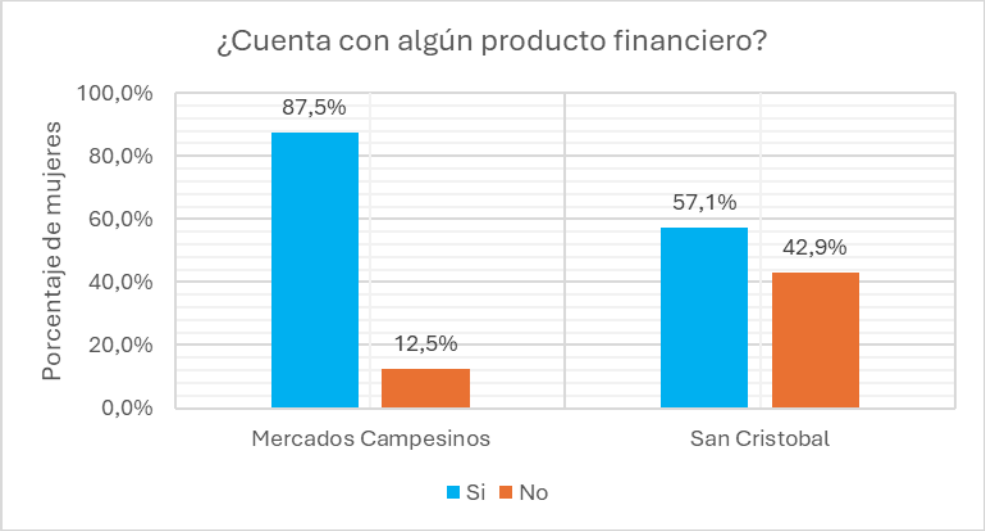
5.3.8 Bancarización de las mujeres

Para la variable de bancarización se analizan dos preguntas *¿Usted cuenta con uno o alguno de los siguientes productos financieros?*, y *¿Quién es el responsable de tomar las decisiones diarias acerca de las finanzas del hogar?* Frente a la primera pregunta, se observa que las mujeres que participan en el programa cuentan con mayor acceso a productos financieros, ya que el 87,5% de ellas cuenta con al menos un producto financiero. Por otro lado, las mujeres del grupo de control presentan un acceso significativamente menor, el 42,9% no cuenta con ningún producto financiero. Esto evidencia una importante diferencia en el nivel de bancarización entre ambos grupos (ver ***Figura 17***).

Entre los productos financieros usados por las mujeres encuestadas se destaca el uso de cuenta de ahorros y bolsillos de ahorro (Nequi, Daviplata, Ahorro a la mano).

Figura 17

Uso de productos financieros de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos y grupo de control.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de recolección

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede inferir que las participantes del programa, al integrarse en una dinámica estructurada de comercialización, tienen acceso directo a herramientas financieras que no solo mejoran sus condiciones actuales, sino que también amplían su potencial para generar ingresos de manera sostenible.

Es evidente el efecto positivo del programa Mercados Campesinos en la inclusión financiera, especialmente en contextos rurales. Sin embargo, lo resultados demuestran la necesidad de extender estas oportunidades a grupos que actualmente no participan, asegurando que más mujeres rurales puedan beneficiarse de estrategias integrales que aborden tanto sus necesidades productivas como sus retos económicos y sociales.

Respecto a la segunda pregunta, las decisiones diarias relacionadas con las finanzas del hogar están distribuidas de manera equitativa entre las personas que participan de mercados

campesinos y sus parejas. Dicha proporción no se mantiene en el grupo de control, en donde se aprecia que el 57,1% de las decisiones financieras del hogar son tomadas por las mujeres.

Es importante complementar este resultado con la composición del hogar de las mujeres participantes. Las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos viven en hogares más numerosos en comparación con las mujeres del grupo de control, el 50% de ellas vive en hogares conformados por cuatro (4) integrantes; lo anterior, sugiere que las mujeres participantes enfrentan mayores presiones económicas y de cuidado. Esto podría explicar, en parte, la equidad observada en la toma de decisiones financieras entre las participantes y sus parejas, ya que la mayor carga doméstica y económica puede requerir una gestión compartida.

5.3.9 Acceso a servicios

La baja cotización directa a la seguridad social en las mujeres participantes y no participantes del programa, destaca una brecha en términos de acceso al trabajo formal y a los beneficios que esto conlleva, como la pensión; es importante destacar que, ninguna de las mujeres participantes cotiza a seguridad social, lo cual es un reflejo de la informalidad laboral, en contraste con el grupo de mujeres que no participa en el programa, de las cuales el 25% cotizan directamente a la seguridad social. Este dato sugiere que las mujeres no vinculadas al programa Mercados Campesinos podrían estar accediendo a trabajos más formalizados o independientes que les permiten cotizar directamente al sistema de seguridad social.

Un 37,5% de las mujeres del programa se encuentran afiliadas como beneficiarias, en comparación con el 14,3% de las mujeres del grupo de control, lo anterior implica una menor autonomía económica entre las participantes del programa, ya que al depender de terceros para acceder a la seguridad social puede limitar su capacidad de decisión e independencia financiera.

Sobre la variable relacionada al acceso al agua, se evidencia que el 100% de las mujeres participantes y no participantes tienen acceso al agua, por lo tanto, la variable en mención no constituye un aspecto relevante para ninguna de las poblaciones analizadas. Así mismo, no se observa una relación directa entre esta variable y los niveles de autonomía económica de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos.

Los resultados también muestran que, el 62,5% de las mujeres participantes dependen en mayor medida del acueducto veredal o multiveredal, esto se debe a que la mayoría de estas mujeres viven una zona rural.

5.4 Análisis social

En este apartado, se busca consolidar el análisis social del impacto del programa en la autonomía económica de las mujeres participantes, el cual implica medir si las condiciones de vida de las mujeres y la inclusión social tuvieron cambios o transformaciones positivas posterior a la implementación del proyecto. La metodología utilizada para este análisis se fundamenta en lineamientos internacionales, como los establecidos por el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que promueven la evaluación integral de proyectos públicos mediante la incorporación de dimensiones sociales.

Los componentes seleccionados, como condiciones laborales, acceso a recursos (agua y tierra), equidad de género, seguridad alimentaria, fortalecimiento del capital social y mejora en las condiciones de vida, responden a estándares reconocidos en la literatura académica y guías de evaluación socioeconómica. Estos criterios permiten abordar de manera estructurada los aspectos más relevantes que determinan el impacto social en comunidades rurales, asegurando que el análisis sea amplio y contextualizado.

A continuación, se exponen algunos de los impactos que se identificaron de manera preliminar, sobre los cambios en la autonomía económica de las mujeres, es decir, en la relación entre la capacidad de generar ingresos, tomar decisiones sobre ellos y las condiciones que rodean a las mujeres rurales participantes de Mercados Campesinos en el periodo 2023-2024.

5.4.1. Condiciones laborales

Determina si las condiciones de trabajo mejoraron, si se generó empleo formal y se respetaron los derechos laborales. Por consiguiente, el programa Mercados Campesinos si bien habilitó el acceso a la generación de ingresos a las mujeres participantes, oportunidad con la que no contaban antes de su participación en el programa y que por ende fue un punto valorado de alto impacto positivo por las mujeres participantes del estudio, no se contempló una ruta de empleabilidad para garantizar el trabajo digno y decente, según lo indica el Objetivo de Desarrollo Sostenible 8 “trabajo decente y crecimiento económico”.

5.4.2. Derecho al agua o la tierra

Se analiza la importancia de que Mercados Campesinos pueda alinearse con lo declarado por la *Política Pública para la Ruralidad Campesina del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín,* la cual es un proyecto de acuerdo que busca transformar el campo y mejorar las condiciones de vida de la población rural. La protección de la población campesina y de las mujeres rurales es fundamental frente a los cambios que se vienen dando en el modelo de desarrollo de la ciudad. Fenómenos como el cambio en las vocaciones productivas y la reducción de tierras cultivables afectan no solo la economía local, sino también las tradiciones culturales y los modos de vida de las comunidades que dependen de la agricultura de subsistencia.

Se identificó que la mayoría de las mujeres participantes del estudio, tienen productos transformados. Sin embargo, a nivel del programa, se registraron 53 mujeres que aún cuentan con productos primarios, reflejando un vínculo importante con actividades agrícolas tradicionales, aunque en menor proporción.

5.4.3. Género e inclusión social

Se evalúa si el programa contribuyó a la equidad de género y la inclusión de grupos en contextos de vulnerabilidad. Frente al Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 “Igualdad de género”, se analiza que el programa de manera indirecta afecta la organización familiar basada en una economía campesina, donde no es ajeno el reto de la redistribución de las labores de cuidado, que en la mayoría de los casos recae sobre las mujeres. Las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos dedican en promedio seis (6) horas más al día que las mujeres no participantes, además de afectar su disponibilidad de tiempo para la iniciativa productiva lo cual repercute en generación de ingresos, también afecta su bienestar físico y mental.

Además, un fenómeno que se observa es la pérdida de la identidad y prácticas de la población campesina. Con la muestra del presente estudio, se tiene que el 63% de las mujeres participantes de Mercados Campesinos se identifica como población campesina, aunque comercialice productos transformados como fritos, similares o iguales que las mujeres no participantes del programa, quienes no se reconocen como campesinas.

5.4.4. Seguridad alimentaria

Alude al impacto del programa en términos de la producción y acceso a los alimentos. En la línea del Objetivo de Desarrollo Sostenible 2 “Cero hambre” se reconoció una tendencia en las mujeres participantes del programa, en tanto la priorización del destino de su producción estaba distribuida en la venta para Mercados Campesinos, en autoconsumo, consumo de animales y

cultivo. A diferencia de las mujeres no participantes del programa, quienes enfocaban el destino de su producción mayoritariamente a la venta particular. Esto denota que la seguridad alimentaria es un eje importante de evaluación, ya que influye directamente en la autonomía económica de las mujeres participantes. Al aprovechar su propia producción, las mujeres pueden reducir los costos asociados a la compra de alimentos para sus hogares y familias, fortaleciendo su capacidad para gestionar recursos de manera más eficiente.

5.4.5. Capital social

Se valora el fortalecimiento de las redes comunitarias, la cooperación y cohesión social de las comunidades que el programa Mercados Campesinos ha generado, las mujeres participantes además de fortalecer mucho más su identidad campesina y el sentido de pertenencia a la ruralidad se visualizan ancladas a una comunidad donde se colabora para responder a la demanda de productos, a diferencia de las mujeres que no participan, quienes albergan más sentidos individuales y de competencia en su nicho de mercado.

5.4.6. Condiciones de vida de las mujeres

Mide el acceso a servicios básicos, infraestructura y oportunidades económicas. Aunque la última es su objetivo principal y se cumple desde la mirada de resultados del programa. En términos de impacto el programa no lograr generar a través del tiempo la vinculación a condiciones de seguridad social aun cuando existen mujeres participantes del programa que generan más de 1 SMMLV.

Algunas estrategias que permiten maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, es la implementación de políticas para cerrar brechas existentes, principalmente alrededor del acceso a servicios básicos y generación de empleo formal para mujeres en contextos rurales, que se dedican a la agricultura familiar campesina. Lo que permitiría así poder

avanzar en la solución de problemas públicos en el sector agrícola en relación a la precariedad de las condiciones sociales, que se agravan mucho más para el caso de las mujeres como sujetos que han estado en desventaja y no han recibido las mismas oportunidades que hombres en el sector agrícola o mujeres de otros sectores.

5.5 Riesgos potenciales

Para efectos de considerar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo en sintonía de sus impactos positivos, se enuncian algunos de los riesgos potenciales que se identifican a futuro.

El envejecimiento poblacional: se reconoce en las mujeres que existe una mayor participación de aquellas que tienen 46 años en adelante, no obstante, el programa no está promoviendo acciones dirigidas a impulsar la integración de nuevas generaciones de mujeres y en futuros años, los participantes actuales estarán cerca a ser adultos mayores.

Acceso a seguridad social: el programa al no velar porque sus participantes accedan a seguridad social, cotización en salud y pensión, requiere encontrar mecanismos que permitan velar por la garantía de derechos en torno a la salud y al envejecimiento de la población, minimizando el riesgo de deserción y retiro del programa, entendiendo que es probable que puede aumentar la demanda de atención por situaciones de salud que se agraven con el tiempo y no sean atendidas.

Alcance bajo a la población potencial a impactar: sumado a lo anterior, el programa tiene unas metas de cobertura anual donde no se plantea ejercicios de crecimiento en población beneficiaria, lo que indicaría cierta situación de estancamiento. Además, partiendo de la caracterización de los corregimientos, solo el 4% de producción de alimentos se genera desde los corregimientos para abastecer la ciudad, además de ser un porcentaje bajo, disminuiría significativamente.

Aumento de violencias contra las mujeres: en línea de las brechas de género existentes en el contexto de la ruralidad, se requiere esfuerzos institucionales por promover entornos libres de violencias contra las mujeres, para que así mismo, la participación de las mujeres en programas como estos pueda darse con todas las garantías de prevención, promoción y atención de su desarrollo y bienestar personal. Las mujeres que participan en *Mercados Campesinos* asumen roles de comercializadoras directas, lo que implica desafiar normas socioculturales del contexto existentes y en lo que puede repercutir para las mismas mujeres estar expuestas a situaciones de riesgos.

6. Conclusiones

El programa *Mercados Campesinos*, no solo es un habilitador para la generación de ingresos como su objetivo principal lo propone, sino que de manera indirecta repercute positivamente en los cimientos de lo que significa la generación y administración de los ingresos, en tanto las mujeres pueden reconocerse dentro de un proyecto, construir su proyecto de vida y lugar de enunciación como comercializadoras, y a su vez administradoras de sus recursos. Por lo cual se puede concluir que aporta valor a las autonomías económicas de las mujeres.

Además, deben nombrarse autonomías económicas en relación con la pluralidad de relaciones que las mujeres construyen desde su particularidad para la generación y administración de ingresos con las condiciones del contexto. Se resumen a continuación los aportes a las diferentes formas en la que se expresa las autonomías económicas de las mujeres.

En primera instancia, la posibilidad de ser parte de un programa permite la vinculación a una comunidad, lazos y tejido social, asunto que no sucede en el contexto de las mujeres no participantes del programa, que si bien cuentan con una instancia de comercialización directa y les permite generar ingresos, su ejercicio de comercialización se ve recargado de prácticas individuales en dónde la mujer emprende por razones de subsistencia, se encuentran imaginarios de competencia, miedo y temor que otras personas puedan llegar a su lugar a proveer productos similares.

En términos del acceso a Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, se reconoce una oportunidad para el programa que tiene un impacto en la autonomía económica de las mujeres, en tanto podrían brindarse herramientas para fortalecer el uso de estos medios e incentivar la generación de ingresos desde plataformas e-commerce, lo que podría llevar a un

aumento en ventas para las mujeres y sus familias, y que a su vez, aportaría en la reducción del tiempo que se destina en labores de logística y comercialización.

Para el grupo etario entre 46 a 64 años, el programa tiene un impacto positivo en la autonomía económica, debido a que las participantes en este rango de edad dedican más tiempo a las actividades de comercialización. Por lo anterior, esta iniciativa se convierte en una herramienta de integración de las mujeres en la economía campesina, quienes aprovechan las oportunidades de inclusión económica que ofrece el programa. Sin embargo, las mujeres jóvenes enfrentan barreras significativas relacionadas con la disponibilidad de tiempo, limitando su participación y desarrollo económico.

Algunos efectos negativos que se identifican en el desarrollo del programa, es la no comprensión de los ingresos como habilitadores de cambio en las condiciones de vida de las mujeres, puesto que, en el marco del programa, no se identifican garantías de acceso a servicios de salud desde el aporte al sistema de seguridad social aun cuando la mujer gane más de 1 SMMLV, lo que indica que las mujeres participantes del programa al igual que las no participantes se encuentran en similares condiciones.

Por otro lado, el impacto generado por el programa en la autonomía económica de las mujeres participantes se encuentra condicionado por las barreras educativas a las que se enfrentan. Dichas barreras hacen referencia a los resultados comparables entre ambos grupos, pues se concluye que obtener más años de educación formal, podría ser una variable explicativa para una generación de ingresos mayor, como ocurre en el escenario de las mujeres no participantes. Es decir que, las mujeres de *Mercados Campesinos* se enfrentan a limitaciones en el aprovechamiento de oportunidades, como la diversificación de sus actividades productivas, al no contar con niveles de educación especializados.

A pesar de que la generación de ingresos es un factor exitoso y relevante que refleja el programa, las jornadas que realizan las mujeres participantes siguen dinámicas de desigualdad. Aunque las mujeres no participantes tienen jornadas de trabajo remunerado más prolongadas, las mujeres de *Mercados Campesinos* casi duplican su trabajo en las labores de hogar y cuidado, siendo el cuidado de adultos y niños o niñas la tarea que más tiempo invierten.

En términos de las autonomías de las mujeres, se reconoce que tanto lo productivo (actividades realizadas en el mercado laboral y por la cual se recibe remuneración) y lo reproductivo (actividades de cuidado y satisfacción de necesidades en el contexto doméstico que no son pagas) son dos variables muy relevantes para alcanzar la equidad y el desarrollo de las autonomías en las mujeres. Por ello, en futuros estudios deben ser dos categorías que logren profundizarse para entender su relación directa con el desarrollo de las autonomías económicas. Una mujer que no tenga posibilidades de tiempo para participar en trabajos pagos, no generará ingresos y su toma de decisión se verá afectada.

Además, lo anterior induce a pensar en sistemas de cuidado para fortalecer la autonomía económica de las mujeres, es una oportunidad de mejora identificada para el programa *Mercados Campesinos*. Adicionalmente, en términos administrativos, es una oportunidad de articularse con otras dependencias municipales para atender esta necesidad estructural que hace parte de escenarios tradicionales como la economía campesina. La inclusión de las dinámicas reproductivas que sostienen la vida y posibilitan el funcionamiento de la economía como la conocemos, es una deuda histórica que las sociedades han empezado a reconocer, tomando acción para equilibrar la balanza.

7. Recomendaciones

Dentro de las principales recomendaciones para futuras investigaciones, está la necesidad de establecer una evaluación ex-ante, -también llamada línea base- para un análisis ex-post de mayor fiabilidad. Esto responde a postulados teóricos que hablan de evaluaciones prospectivas con un nivel de confiabilidad más alto –que las retrospectivas-, ya que parte de datos planteados al inicio de los proyectos.

Por otro lado, el fortalecimiento del enfoque cuantitativo es fundamental para evaluaciones de impacto, las cuales comprueban la teoría del cambio a partir de la causalidad entre las variables. Por tal motivo, las recomendaciones de cara a futuras evaluaciones a este programa, que tiene gran acogida e importancia para los y las participantes, es tomar una muestra representativa para realizar análisis estadísticos concretos. Además, se pueden plantear análisis comparativos entre los corregimientos de la ciudad, midiendo el impacto diferencial o similar en cada uno de los territorios rurales.

Si bien la correlación es un instrumento que permite medir la fuerza de la relación entre variables, esto no implica causalidad. Por eso, la propuesta del modelo econométrico permitiría conocer la causalidad de las variables que más inciden en la autonomía económica de las mujeres participantes de *Mercados Campesinos*. Por lo tanto, el ejercicio exploratorio aquí propuesto es válido en términos descriptivos y en hallazgos relevantes frente a las variables que podrían retomarse en futuros estudios, sin dejar a un lado una evaluación de impacto desde el análisis cuantitativo.

Finalmente, el llamado más relevante en esta investigación es la articulación entre la academia y la administración pública para la generación de información de libre acceso, y con la rigurosidad necesaria para realizar investigaciones y evaluaciones a proyectos, programas y

políticas públicas. Resulta oportuno recordar que, las evaluaciones ex-post son la guía de ruta al horizonte de largo plazo, en tanto estas permiten determinar si los recursos se invierten eficientemente en iniciativas públicas, o si deben realizarse ajustes o rediseños a los programas.

Referencias

Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana -ACI-. (2018). *Mercados campesinos una estrategia que vincula el desarrollo económico y la seguridad alimentaria*. https://acimedellin.org/mercados-campesinos-una-estrategia-que-vincula-el-desarrollo-economico-y-la-seguridad-alimentaria/

Agencia Nacional de Tierras. (2022). *Enfoque de género y mujer rural en la Agencia Nacional de Tierras.*

Alcaldía de Medellín. (2016, June 29). *Gaceta oficial No 4383*. https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/Publicaciones/Shared%20Content/Documentos/2016/GACETA%204383.pdf

Alcaldía de Medellín. (2020). *Plan de Desarrollo, Medellín Futuro 2020 - 20023*. https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlanDesarrollo/Publicaciones/Shared%20Content/Documentos/2020/DocumentoFinal_PlanDesarrolloMedellin2020-2023_MedellinFuturo.pdf

Alcaldía de Medellín. (2021). *Programa Agropecuario Medellín Futuro, periodo 2020 - 2023*. https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2023/01/4.25-Programa-Agropecuario-PAM-2020-2023-APROBADO-CMDR.pdf

Alcaldía de Medellín. (2023). *En los primeros cuatro meses del año, los Mercados Campesinos aumentaron sus ventas en un 41%*. https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/en-los-primeros-cuatros-meses-del-ano-los-mercados-campesinos-aumentaron-sus-ventas-en-un-41/

Alcaldía de Medellín. (2024a). *Ficha de caracterización territorial - San Cristóbal*. https://siciudadania.co/wp-content/uploads/2024/04/FT_60_SanCristobal.pdf

Alcaldía de Medellín. (2024b). *Respuesta a Petición con Radicado No. 202410282511*.

Antioquia Cómo Vamos. (2024). *Mirar al campo*. https://www.antioquiacomovamos.org/mirar-al-campo-calidad-de-vida-antioquia

Bastidas Figueroa, L. M., Bravo Guzmán, P. A., Domínguez Rosero, V. H., & Erazo Alban, J. (2022). Los mercados campesinos, una vitrina de oportunidades para fomentar la autonomía de la mujer rural por medio de sus actividades productivas. *Revista CIES*, *13*(2), 231–240. http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/428

Bastidas, L., Bravo, P., Domínguez, V., & Alban, J. (2022). Los mercados campesinos, una vitrina de oportunidades para fomentar la autonomía de la mujer rural por medio de sus actividades

productivas. *Revista CIES Escolme*, *13*(2), 231–240. http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/428

Butler, J. (1998). Sexo y género en El segundo sexo: de Simone de Beauvoir. *Mora*, *4*, 10–21.

Cadavid-Castro, M. A., Alvarez-Castano, L. S., Del Castillo-Matamoros, S. E., Monsalve-Alvarez, J. M., Veléz Acosta, L. M., & Giraldo, D. P. (2023). Governance in Colombian food retail: a case study. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, *47*(6), 890–915. https://doi.org/10.1080/21683565.2023.2187004

CEPAL. (n.d.). *Diálogo político para el empoderamiento económico de las mujeres*. Retrieved July 1, 2024, from https://oig.cepal.org/sites/default/files/nota_para_la_igualdad_3_mujer_rural_version_final_esp.pdf

CLACSO, & ONU Mujeres. (2022). *Estado del arte sobre cuidados en contextos de ruralidad en América Latina y el Caribe*. https://www.clacso.org/estado-del-arte-sobre-cuidados-en-contextos-de-ruralidad-en-america-latina-y-el-caribe/

Cobas, D. A., Mora, A., & Pizano, R. (2023). Mujeres rurales, violencia de género y pandemia de COVID-19: una mirada desde la interseccionalidad. *CONfines*, *35*(35), 61–78. https://doi.org/10.46530/CF.VI35/CNFNS.N35.P.61-78

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible*. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/9674705b-b3b8-47b2-a339-831cd0af39d4/content

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Avances de la autonomía económica de las mujeres en América Latina y el Caribe*. https://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/20221018_avances_de_la_autonomia_economica_en_las_mujeres_0.pdf

Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. (n.d.). *Impactos socioeconómicos del COVID-19 en las mujeres: mujeres rurales*. Retrieved September 6, 2024, from https://observatoriomujeres.gov.co/archivos/publicaciones/Publicacion_78.pdf

Corporación Ruta N, & Alcaldía de Medellín. (2022). *Nodos de Innovación Especializados*. https://info.rutanmedellin.org/hubfs/AGROINDUSTRIA_1_REV-1.pdf?hsLang=es-co

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, *1*. http://chicagounbound.uchicago.edu/uclfhttp://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8

Darío, H., Gómez, P., Dufranny, Y., Vargas, N., & Buitrago Quintana, I. (2018). Mercados Campesinos en Medellín: ¿Una política integral de la ciudad para la ruralidad? (Farmers' Markets in Medellin: A comprehensive policy of the city to the rurality?). *Revista En-Contexto*, *6*(8), 87–105. https://doi.org/10.53995/23463279.487

Dejusticia. (2019, September 13). *6 razones para comprar en mercados campesinos, étnicos y agroecológicos*. https://www.dejusticia.org/razones-para-comprar-en-mercados-campesinoss/

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -. (2020). *Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA 2019)*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2019/boletin_ena_2019.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -. (2021). *Situación de las Mujeres Rurales en Colombia*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/oct-2021-nota-estadistica-situacion-mujeres-rurales-colombia.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -. (2024). *Boletín técnico*. https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-jun2024.pdf

Departamento Nacional de Estadística -DANE-. (2024). *Boletín Técnico Pobreza monetaria en Colombia año 2023*.

Duque, C. (2010). Judith Butler y la Teoría de la Performatividad de Genero. *Revista de Educación y Pensamiento*, *17*, 85–95.

Eatwell, John., Milgate, Murray., & Newman, P. K. (1993). *Desarrollo económico*.

Estermann, V. (2021). La división sexual del trabajo: Reflexiones desde el Feminismo Materialista Francés. *Descentrada. Revista Interdisciplinaria de Feminismos y Género 2021 5 (2)*, *5*(2), e152. https://doi.org/10.24215/25457284E152

Fraser, N. (2015). Fortunas del feminismo. In *Enrahonar. Quaderns de filosofia* (IAEN). https://www.casadellibro.com.co/libro-fortunas-del-feminismo/9788494311192/2590639

Fundesarrollo, & Cámara de Comercio de Barranquilla. (2018). *Metodología Estándar para Evaluación de Impacto*.

Gertler, P. J., Martínez, S., Premad, P., Rawlings, L. B., & Vermeersch, C. M. J. (2017). *Impact evaluation in practice* (Grupo Banco Mundial & Banco Interamericano de Desarrollo, Eds.; 2nd ed.). http://www.worldbank.org/en/programs/sief-trust-fund/publication/impact-evaluation-in-practice

Heynig, K. (1982). Principales enfoques sobre la economía campesina. *Revista de La CEPAL*, *16*, 115–142. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/15aa289b-788c-4b73-9d78-f51665ee922c/content

Iglesias, C. (2012). Justicia como redistribución, reconocimiento y representación: Las reconciliaciones de Nancy Fraser. *Investigaciones Feministas, ISSN 2171-6080, Nº. 3, 2012, Págs. 251-269*, *3*, 251–269. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125945&info=resumen&idioma=SPA

Lagarde y de los Ríos, M. (1999). *Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres: memoria*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=208440

Ministerio de Agricultura. (2017). *Ley 1876/2017 Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria -SNIA-*. https://sioc.minagricultura.gov.co/DocumentosContexto/S1811-MADR%202018.%20LEY%20SNIA.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2017a). *Lineamientos Estratégicos de política Pública para la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria*. https://www.minagricultura.gov.co/Documents/lineamientos-acfc.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2017b). Resolución 464 del 29 de diciembre 2017. In *Por la cual se adoptan los lineamientos estratégicos de política pública para la agricultura campesina, familiar y comunitaria y se dictan otras disposiciones*. https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%20No%20000464%20de%202017.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). *Cartilla de los Derechos de las Mujeres Rurales.* https://mujerrural.minagricultura.gov.co/assets/cartilla%20de%20derechos%20-%20web.pdf

Ministerio de Educación Nacional. (2024). *Guía del Sistema Educativo de Colombia*. https://contenidos.mineducacion.gov.co/ntg/men/micrositio_convalidaciones/Guias_/MINEDU-colombia/sistema.html?lang=es

Monroy Contreras, E. M., Escobar Alba, D. F., & Rodriguez Flórez, S. J. (2020). *Empoderamiento de la Mujer Rural de Asoagrotoca y su Producción de papa.* https://repositorio.uan.edu.co/items/2e729220-8ab4-4906-a56d-6eed9d01f961/full

Nussbaum, M. (2012). *Las mujeres y el desarrollo humano* (Herder Editorial, Ed.).

Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. (n.d.). *Autonomía económica*. Retrieved April 12, 2024, from https://oig.cepal.org/es/autonomias/autonomia-economica

ONU Mujeres. (n.d.). *¿Qué es la brecha salarial de género?* Retrieved September 15, 2024, from https://lac.unwomen.org/es/que-hacemos/empoderamiento-economico/epic/que-es-la-brecha-salarial

Ordoñez, F., Montoya, G., Mondragon, H., Vasquez, C., Perez, M., & Moreno, S. (2011). *Economía campesina, soberanía y seguridad alimentarias. La experiencia de Mercados Campesinos en Bogotá y la región central de Colombia*.

Organización de las Naciones Unidas. (n.d.). *La inestimable contribución de la mujer rural al desarrollo*. Retrieved July 3, 2024, from https://www.un.org/es/observances/rural-women-day

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2022). *La situación de las mujeres en los sistemas agroalimentarios – Panorama general*. https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/a6fbd487-e912-4afc-b465-435793dac91b/content

Pineda Gómez, H. D., Narváez Vargas, Y. D., & Buitrago Quintana, I. (2018). Mercados Campesinos en Medellín: ¿Una política integral de la ciudad para la ruralidad? *En-Contexto Revista de Investigación En Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, *6*(8), 87–105. https://www.redalyc.org/journal/5518/551859331003/551859331003.pdf

Pomeranz, D. (2011). *Métodos de Evaluación*.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), & La Red Latinoamericana y del Caribe de Mujeres Rurales (RED-LAC). (2023). *Voces de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe ante las crisis multidimensionales*. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/mujeres_rurales_final_sept_1.pdf

Secretaría Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín. (2019). *Participantes en mercados campesinos*. https://www.datos.gov.co/Econom-a-y-Finanzas/Participantes-en-mercados-campesinos/858z-r4gk/about_data

Secretaría General de la Alcaldía de Medellín. (2020). *Concepto 53 de 2020*.

Anexos

Anexo A. Encuesta para aplicar a mujeres participantes de mercados campesinos y no participantes del corregimiento de San Cristóbal.

Encuesta para la evaluación de impacto del programa Mercados Campesinos en la autonomía económica de las mujeres participantes del corregimiento San Cristóbal.

Encuestadoras: Milena Caliz, María Camila Giraldo, Natalia Osorio.

Objetivo de la encuesta: Identificar los factores que más contribuyen o perjudican la autonomía económica de las mujeres participantes del programa Mercados Campesinos.

Política de tratamiento de datos: Autoriza el tratamiento de datos personales, en el marco de la ley 1581 de 2012, artículo 13.

Características sociodemográficas: En este primer apartado queremos conocer un poco más sobre usted.

1. **¿En qué rango de edad se encuentra?**

0-10 años

10-17 años

18-28 años

29-45 años

46-64 años

65 años o más

2. ¿Pertenece a uno o más de los siguientes grupos poblaciones?

Población LGTBIQ+

Víctimas del conflicto armado

Campesinado

NARP (Negros, Afrodescendientes, Raizales y Palenqueros)

Firmantes de paz

Ninguno

Otro

3. ¿Hasta qué grado de educación realizaste?

_____

4. ¿En qué zona del corregimiento de San Cristóbal habita?

Zona rural

Zona Urbana

5. ¿Cuántas personas conforman su hogar?

1

2

3

4

5

Más de 5

6. ¿Cuál es su rol dentro del programa de mercados campesinos?

Comercializadora directa

Comercializadora indirecta

Apoyo esporádico

Acompaña al participante del programa

7. **¿En qué punto de comercialización de Mercados Campesinos se ubica?**

_____

Características de los ingresos

8. **¿Cuenta usted con ingresos propios?**

   Si

   No

9. **¿De cuánto son sus ingresos promedio cada mes?**

_____

10. **¿Sus ingresos provienen del proyecto productivo con el que participa en el programa Mercados Campesinos?**

    Si

    No

11. **Además del programa Mercados Campesinos en el cual participa, ¿usted realiza alguna otra actividad que le genera ingresos complementarios? ¿Cuál actividad?**

    Si

    No

12. **¿Qué cantidad de sus ingresos totales proviene del programa Mercados Campesinos?**

    Menos de $218.846

    Entre $219.000 y $435.000

Entre $436.000 y $855.000

Entre $856.000 y $4.600.000

Más de $4.600.000

$0 No recibe ingresos económicos

13. ¿El ingreso es solamente para usted o se divide entre más personas?

Es para mis gastos

Es para mis hijos e hijas

Es para los integrantes de mi hogar

Otro

14. **El predio o finca en la cual cosecha sus productos es:**

Propia con escrituras

Heredada

Alquilada

Compartida

Ninguna de las anteriores

15. ¿Recibe o recibió apoyo monetario de otros programas sociales? Si su respuesta fue sí indique de cuáles programas:

Si

No

¿Cuál?

16. Durante los últimos 12 meses ¿Qué tanto aportó usted a la toma de decisiones sobre el gasto en?:

	Ningún aporte	Aporta en muy pocas decisiones	Aporta en algunas decisiones	Aporta en la mayoría de decisiones	Aporta en todas las decisiones	No se ha tomado decisión
Alimentos						
Vestido y calzado						
Cuidado salud propia						
Educación de otros						

17. ¿Cuántas horas dedica a la semana a las siguientes actividades?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Trabajar (Lunes-Viernes)									
Trabajar (Sábado y domingo)									
Traslado (ida y vuelta) (Lunes-Viernes)									
Traslado (ida y vuelta) (Sábado y domingo)									

18. ¿Ha recibido capacitaciones o acompañamiento técnico por parte del programa?

Si

No

19. ¿En qué áreas?

Productivo

Comercialización

Liderazgo

Emprendimiento

Mercadeo o ventas

Alianzas

Otro, ¿cuál?

Uso del tiempo (en trabajo remunerado y no remunerado)

20. ¿Cuántas horas diarias considera usted que invierte en labores del hogar y de cuidado?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	Más de 9
Cuidado de adultos o niños/as										
Cocina										
Preparación de alimentos										
Aseo y limpieza										

21. ¿Cuántas horas diarias le dedica al programa Mercados Campesinos?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	Más de 8 horas diarias
Lunes										
Martes										
Miércoles										
Jueves										
Viernes										
Sábado										
Domingo										

22. ¿Cuántas horas diarias le dedica a trabajar su Unidad Productiva?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	Más de 8 horas diarias
Lunes										
Martes										
Miércoles										
Jueves										
Viernes										
Sábado										
Domingo										

Acceso a Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

23. ¿Tiene acceso a un teléfono celular con conexión a internet?

Sí, propio

Sí, compartido con la familia

Si, tengo celular y acceso a internet todo el tiempo

No, pero tengo acceso a internet por otros medios

No tengo acceso a internet

24. Si tiene acceso a internet, de 1 a 3 siendo 1 mala y 3 muy buena ¿Cuál es la calidad de su internet?

1 Mala

2 Regular

3 Muy buena

25. Si puede acceder a internet o datos, ¿Cuánto tiempo tiene acceso a este recurso?

15-30 min

30 min 1 horas

1-2 horas

2 horas o más

Todo el tiempo

Tenencia de tierra y medios productivos

26. ¿Cuáles son los productos que usted trabaja u oferta?

_____

27. ¿Es usted la administradora de su predio o finca?

Si

No

28. ¿Cuánto mide su Unidad Productiva en metros cuadrados? Si no tiene, por favor escriba N/A

_____

29. ¿Cuál es la forma predominante de tenencia de la Unidad Productiva?

Propia

Arrendada

Aparcería

Usufructo

Familiar

Comodato

Ocupación de hecho

Propiedad Colectiva

Adjudicatario o comunero

No informa

No tengo unidad productiva/No Aplica

30. Respecto al destino de la producción: ¿Cuánto porcentaje destina para:

	0 %	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Autoconsumo											
Semilla											
Animales											
Alimento humano											
Venta particular											
Venta mercados campesinos											

<u>Acceso a mercados y participación en mercados campesinos</u>

31. ¿Cuántas personas de la unidad productiva participan en el programa Mercados Campesinos?

_____

32. ¿Entre cuántas personas del hogar se distribuye el ingreso que usted genera dentro del programa Mercados Campesinos?

Ninguno

Entre 1 y 2 personas

Entre 3 y 5 personas

Más de 5 personas

33. ¿Cuántas veces a la semana asiste a los Mercados Campesinos?

1 vez a la semana

2 veces a la semana

Más de 3 veces por semana

34. De 1 a 5 ¿qué tanto considera que su participación en Mercados campesinos ha impactado positivamente las siguientes dimensiones? Siendo 5 muy de acuerdo y 1 muy en desacuerdo

	1 Muy en desacuerdo	2 Algo en desacuerdo	3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4 Algo de acuerdo	5 Muy de acuerdo
El aumento de ventas					
El aumento en los ingresos familiares					
El aumento en los ingresos propios					

35. De 1 a 5, siendo 1 nulo y 5 muy alto ¿Cómo evaluaría el impacto de los mercados campesinos en su bienestar personal y familiar?

1 Nulo	2	3	4	5 Muy alto

36. ¿Cuál es el principal desafío que ha enfrentado durante su participación en el programa Mercados Campesinos?

El tiempo

Recursos económicos

Apoyo familiar

Motivación

Pérdida de la producción para venta

Transporte

Habilidades de venta y negociación

Problemas familiares

Otro

Bancarización de las mujeres

37. ¿Usted cuenta con uno o alguno de los siguientes productos financieros?

Cuenta de ahorros

Cuenta corriente

Bolsillo de ahorro como Nequi, Daviplata, ahorro a la mano

Cuenta de ahorros en una cooperativa

Crédito

Tarjeta de crédito

Ninguno

38. ¿Quién es el responsable de tomar las decisiones diarias acerca de las finanzas del hogar?

Usted

Pareja

Usted y su pareja

Padres

Abuelos

Otros

39. ¿Es usted beneficiaria de programas y/o créditos agrícolas? En caso de ser afirmativa la respuesta, por favor especifique

Si

No

Cual_____

Acceso a servicios

40. Considerando su participación en el programa Mercados Campesinos, ¿Usted cotiza a seguridad social?

Si

No

No, sin embargo, soy beneficiaria

41. ¿Cuál es su principal fuente de agua para uso doméstico?

Acueducto municipal

Pozo comunitario

Fuente natural (río, quebrada, nacimiento)

Agua lluvia recolectada

Compra de agua embotellada

Acueducto veredal y/o multiveredal

42. ¿Cuál es su principal fuente de agua para uso agrícola?

Pozo comunitario

Fuente natural (río, quebrada, nacimiento)

Agua lluvia recolectada

Compra de agua embotellada

Acueducto veredal y/o multiveredal

43. En promedio, ¿Cuánto tiempo invierte diariamente en obtener agua para su hogar?

Menos de 30 minutos

Entre 30 minutos y 1 hora

Entre 1 y 2 horas

Más de 2 horas

No tiene acceso a agua

44. En promedio, ¿Cuánto tiempo invierte diariamente en obtener agua para sus actividades agrícolas?

Menos de 30 minutos

Entre 30 minutos y 1 hora

Entre 1 y 2 horas

Más de 2 horas

No tiene acceso a agua

45. ¿Con qué frecuencia experimenta escasez de agua que afecte sus actividades en el hogar?

Nunca

Ocasionalmente (1-2 veces al año)

Frecuentemente (3-6 veces al año)

Constantemente (más de 6 veces al año)

46. ¿Con qué frecuencia experimenta escasez de agua que afecte sus actividades agrícolas?

Nunca

Ocasionalmente (1-2 veces al año)

Frecuentemente (3-6 veces al año)

Constantemente (más de 6 veces al año)

47. ¿Cómo calificaría la calidad del agua que utiliza para sus actividades remuneradas (actividades agrícolas)? Siendo 1 mala y 3 muy buena

1 Mala	2	3 Muy buena

48. ¿Cómo calificaría la calidad del agua que utiliza para sus actividades no remuneradas (actividades de hogar y cuidado)? Siendo 1 mala y 3 muy buena

1 Mala	2	3 Muy buena

Anexo B. Gráficos rectangulares sobre los desafíos que presenta el grupo de control y el grupo de tratamiento en el desarrollo de sus actividades productivas.

