

“I VERSIÓN EVENTO MERCADO CAMPESINO NEIVA” ”I version event peasant market Neiva”

Universidad Surcolombiana¹, Agencia de Desarrollo Rural ², Ejército Nacional³,
Agencia de Reincorporación Nacional⁴, Alcaldía de Neiva⁵, Cámara de Comercio
del Huila⁶

Reseña de Evento

Recibido el 03/08/2020- Aceptado el 03/12/2020

Resumen

La Universidad Surcolombiana desde la Vicerrectoría de Investigaciones y Proyección Social, en articulación con entidades a nivel nacional y local ha trabajado en el evento “Mercado Campesino Neiva”, con el objetivo de reactivar este importante evento que se ha realizado en versiones anteriores y que con motivo de la situación actual de contingencia por el COVID-19 se hace necesario su reactivación, ya que los pequeños productores tienen escasa posibilidad de sacar los productos al mercado y a un precio justo. Debido a esta problemática se sumaron fuerzas para poder realizar una primera actividad como prueba piloto en aras de facilitar a los productores la venta de sus productos a un precio razonable, directo del campo al consumidor, este primer corto circuito supero las expectativas, por lo tanto se tomó la decisión de seguir realizándolo los últimos viernes de cada mes y poder seguir apoyando a estos pequeños productores que tanto lo necesitan. Desde la oficina de Proyección social de la Universidad Surcolombiana el propósito fundamental será seguir dando apoyo a este tipo de actividades y desde las facultades capacitar en temas de interés a esta población, además concientizar a la comunidad para que compre estos productos y así brindar apoyo al campesino Huilense.

Palabras Clave: *Campesino, COVID-19, productos campesinos, mercado.*

Abstract

The Universidad Surcolombiana from the Vice-Rectorate of Research and Social Projection, in articulation with entities at the national and local level has worked on the event “Mercado Campesino Neiva”, with the objective of reactivating this important event that has been held in previous versions and that due to the current situation of contingency by the COVID-19 is necessary to reactivate it, since small producers

¹Entidad autónoma del orden Nacional, Acreditada de Alta Calidad.

²Entidad del Orden Nacional de apoyo a la ruralidad en Colombia.

³Entidad del orden Nacional en apoyo a la defensa del territorio.

⁴Entidad del orden Nacional, en defensa del desarrollo y la reincorporación a la vida productiva.

⁵Entidad del orden territorial, Administradora del Municipio de Neiva.

⁶Entidad descentralizada, gestiona procesos de transformación productiva y comercial.

have little possibility of getting products to market and at a fair price. Due to this problem, forces were added to be able to carry out a first activity as a pilot test in order to facilitate producers the sale of their products at a reasonable price, directly from the field to the consumer. This first short circuit exceeded expectations, therefore, the decision was taken to continue carrying out it on the last Friday of each month and to be able to continue supporting these small producers who need it so much. From the office of social projection of the Universidad Surcolombiana, the fundamental purpose will be to continue supporting this type of activities and from the faculties to train in topics of interest to this population, as well as to raise awareness in the community so that they can buy these products and thus provide support to the Huilense peasant.

Key Words: *Peasant, COVID-19, peasant products, market.*

Introducción

Las dinámicas sociales que desde la Universidad se vienen gestando incluyen el compromiso con la comunidad. Las capacidades de la Universidad Surcolombiana con sus 7 facultades y sus más de 50 programas académicos, permiten que la entidad en compañía de otras entidades pueda realizar y organizar eventos de índole comunitaria, ha permitido el beneficio de las personas más vulnerables. En el presente trabajo se evidencia un esfuerzo significativo en la realización de la primera versión del mercado campesino en el

parque de los niños del municipio de Neiva (Huila), contando con el apoyo de entidades como el Ejército Nacional, la Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena (CAM), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), la Alcaldía de Neiva, la Gobernación del Huila, la Agencia de Reincorporación AGN, la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) y la oficina de comercialización del nivel Central. En el presente documento el lector encontrará los pormenores logísticos, organizativos y el desarrollo del evento en sus diferentes fases y aristas.

Descripción del evento

| INFORME BASICA DE LA ACTIVIDAD | |
|---|---|
| Nombre del Evento: “Mercado Campesino Neiva” | |
| Lugar del evento: Parque de Los Niños Municipio de Neiva (Huila) | Fecha del Evento: 19 junio de 2020 |
| Objetivo específico del evento: Reactivar el mercado campesino que se venía realizando desde el año anterior el último viernes de cada mes con el apoyo de instituciones de la ciudad de Neiva. | |
| Entidades participantes: | EJERCITO NACIONAL, CAM, UAEOS (ORGANIZACIÓN SOLIDARIA), SENA, ALCALDIA DE NEIVA, GOBERNACION, AGENCIA DE REINCORPORACION, ADR UTT No.11 NEIVA Y |
| | OFICINA DE COMERCIALIZACION NIVEL CENTRAL |
| | UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA |

INFORME

Antecedentes del Evento

Desde el mes de abril se empezó a realizar mesas de trabajo para articular con las entidades y diligenciar la matriz de caracterización de productores en el formato Oferta Nacional de Mercado Campesino.

Luego de un consenso se determinó realizar un mercado mixto virtual y presencial para el día 19 de junio en el Parque de los niños de la ciudad de Neiva, sacándose un banner publicitario, donde se especificó la información y los días 15, 16 y 17 de junio se podían hacer los pedidos para los mercados vía telefónica, los cuales se despacharon el día 19 de junio.



Figura 1. Banner oficial Mercado Campesino

Fuente: Alcaldía de Neiva, 2020.

Se realizó difusión en los medios de comunicación, emisoras, prensa, redes sociales WhatsApp y

al interior de cada una de las instituciones organizadoras.

VIERNES 19 DE JUNIO DE 2020.

Se cumplió con el lavado con agua y jabón del lugar.



Figura 2. Labores de desinfección

Fuente: Usco, 2020.

LOGISTICA DEL EVENTO

| | | |
|---------------------------|---------------------|----------|
| LUGAR DE OPERACIONES | Parque de los niños | Cumplido |
| LUGAR DE VENTA PRESENCIAL | Parque de los niños | Cumplido |

| ADES | FUNCIONARIOS | TAREA ASIGNADA |
|--------------------------------|---|---|
| EJERCITO | SARGENTO VARGAS – 3108711904 | <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el montaje de carpas y la actividad de entretenimiento. |
| CAM CLARA ESCOBAR – 3167750833 | ANDRES TRUJILLO – 3158919293 | <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar el transporte de insumos logísticos en las camionetas dispuestas por la ADR y CAM. • Apoyar y velar por el cumplimiento del protocolo de Bioseguridad para mercados campesinos presenciales. |
| AGENCIA DE REINCORPORACION | JENIFER MANJARRES – 3213280980 KAREN DIAZ – 3112972387 EDER MAURICIO CUMBE DORIS ARGENIS GUTIERREZ | <ul style="list-style-type: none"> • Montaje y organización de mercado. Así mismo realizar acompañamiento en el despacho de domicilios. |
| USCO | LINA SAAVEDRA - 3212085400 | <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar y velar por el cumplimiento del protocolo de Bioseguridad para mercados campesinos presenciales y apoyar la entrega de los domicilios |
| SENA | HENRY LEANDRO CHAVARRO - 3204362199 | <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo el cumplimiento del protocolo de bioseguridad por parte de los productores y compradores. |
| ALCALDIA | JAMINTON PEREZ – 3178765444 HELBERT ANAYA – 3115472922 | <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar el montaje logístico del mercado • Ayudar en la organización de los productores y sus productos • Coordinar a los domiciliarios |
| UAEOS | ARELIS VARGAS – 3108652200 | <ul style="list-style-type: none"> • Organización de productores y productos |
| GOBERNACION | HEBER NEL MUÑOZ YASNO - 3204883387 | <ul style="list-style-type: none"> • Organización de productores y productos. • Organizar la repartición de los refrigerios. |
| ADR | GLORIA PATIÑO – 3204972447 JOSE JAMID PERDOMO – 3158848481 GUSTAVO CHINCHILLA | <ul style="list-style-type: none"> • Organización logística del mercado (carpas, mesas, sillas) • Organización productores y productos |

| | | |
|---------------------|----------------------------------|--|
| | JAIRO GUTIERREZ SONIA BARRERO | <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación despacho de domicilios • Captura de información de los productores, productos y resultados obtenidos para reporte oficial. |
| SECRETARIA DE SALUD | LINA MARIA RIVAS | •Coordinar la implementación de los Protocolos de BIOSEGURIDAD. |

| | | |
|---|----------------------------------|--|
| DIVULGACION | Todas las entidades | Cumplido – Todas las entidades están cumpliendo con el proceso de divulgación de piezas. |
| IMPLEMENTOS DE BIOSEGURIDAD (Tapabocas, guantes, gel, alcohol, desinfectante) Toallas desechables, jabón Líquido, Papel Higiénico, Cinta para aislar | Secretaría de salud | La Alcaldía nos confirma la presencia de la Secretaría de salud en el evento |
| PERMISOS | ADR oficios formales a entidades | Se enviaron a la Cámara de Comercio, Secretaría de Salud y Policía Metropolitana |
| MESAS Y SILLAS | CAM, CAMARA DE COMERCIO Y ADR | |
| CARPAS | Ejército | El ejército realizará el montaje el día viernes a las 5am |
| CANASTILLAS | Gobernación | |
| DOMICILIOS | Alcaldía, ARN | Ya se tiene listos los domiciliarios |
| REFRIGERIOS, HIDRATAACION 40 | Gobernación | |
| SONIDO | ARN y CAM Sonido y Micrófono | Confirmado |
| BOLSAS PLASTICAS | UAEOS | Ya se reclamaron |
| SIM CARD | ADR CENTRAL Y UTT | Cumplido – Desde el día 15 de junio se están recibiendo pedidos y brindando información a los potenciales compradores. |
| BALANZA | Productores | 4 productores llevan |
| TALENTO HUMANO | Entidades y Ejército | |

| | | |
|------------------------|-------------------------------|--|
| PROPUESTA PUBLICITARIA | USCO | Cumplido – Se hizo entrega de las piezas publicitarias, cuñas radiales y demás en los tiempos estipulados. |
| VEHICULOS | CAMIONETA CAM Y CAMIONETA ADR | |
| ANIMACION | EJERCITO | Banda papayera |

El Ejército realizó la instalación de las carpas en el parque de los niños a las 5:30 am.



Figura 3. Implementación de la logística del evento.

Fuente: Ejército Nacional, 2020.



Figura 4. Instalación y puesta en marcha.

Fuente: ADR, 2020.

La secretaría de Salud estuvo presente a la entrada del evento con el punto de toma de temperatura, gel y alcohol y atenta a que se cumplieran todos los protocolos de bioseguridad.

El Mercado Campesino conto con la participación de 22 productores con productos como, Pollo campesino, huevos, plátano, aguacates, tomate, Naranjas, granadilla, lulo, arveja, cocos, limón, papaya, maracuyá, miel, hidromiel, propóleo,

polen, extracto de propóleo, maracuyá, cacao puro, instantáneo, amargo, antipasto, mermelada de frutas, queso, pasta de ajo, salsa de ajo, condimentos a base de ajo, vinagre de ajo, chocolate en bola, pulpa de frutas, café, panela, cúrcuma, vino de café, arequipe de café, bizcochos de achira, de cuajada, manteca, mantecadas, almojábanas, pan aliñado, galletas, bizcochuelo, café especial, rellenas de ovejo.

EVIDENCIA FOTOGRAFICA:



Figura 5. Banner la fiesta del alimento Campesino.
Fuente: Usco, 2020.



Figura 6. Desarrollo de la actividad
Fuente: ADR, 2020.



Figura 7. Productos mercado campesino ala norte.
Fuente: Campesinos mercado, 2020.



Figura 8. Productos de mercado campesino ala sur.
Fuente: Campesinos mercado, 2020.



Figura 9. Productos de mercado campesino ala sur.
Fuente: Campesinos mercado, 2020.

Productos a Domicilio

Se vendieron 35 mercados a domicilio mediante llamada telefónica, los cuales se despacharon el día del evento con moto taxistas conseguidos por la Alcaldía de Neiva y la Agencia de Reincorporación.

Resultados obtenidos

1. 22 productores participantes del Mercado Campesino con un espacio para ofertar sus productos en las líneas de fresco y transformado.
2. Entidades Públicas y privadas articuladas en el Desarrollo de la Estrategia de Mercado Campesino con el acompañamiento telefónico de la ADR, UTT No 11.

3. Estrategia de Mercado Campesino desarrollada con ventas totales de \$6.511.500. con la participación de 22 productores de los municipios de Rivera, Algeciras, Tello, Colombia, Campoalegre, Neiva veredas El Cedral, El Triunfo, Caguán, Vega Larga, cuenca del río Las Ceibas.

Compromisos para seguimiento:

1. El Ejército Nacional, CAM, USCO, UAEOS, Alcaldía de Neiva, Gobernación, SENA, Agencia de Reincorporación, y ADR UTT No. 11 se comprometen a dar continuidad a la realización de mercados campesinos para

apoyar a los productores agropecuarios de la Región.

Conclusiones:

- Se realizó y se cumplió a cabalidad con las pretensiones del evento como una labor social de desarrollo comunitario, bajo las premisas de la Agricultura Familiar campesina y las disposiciones de la Agencia de Desarrollo Rural.
- Se obtuvo una respuesta positiva de la comunidad ante la acción de las diferentes entidades la realizar este tipo de iniciativas, en las que los campesinos de la región surcolombiana pudieron dar a conocer las potencialidades del campo y los diferentes productos, como un ejercicio cooperativo en favor de su economía.
- Se estableció por primera vez en la ciudad de Neiva una integración Interinstitucional amplia en pro de favorecer los intereses de los campesinos del Departamento del Huila, con una amplia participación de entidades gubernamentales y del sector privado quienes establecieron un vínculo estrecho en el propósito de consolidar el cierre de brechas, estado- comunidad.

Bibliografía

- Coelho, I., & Uribe, D. (2018). Os mercados campesinos de Bogotá: patrimônio imaterial e desenvolvimento da economia campesina na Colômbia. *INTERthesis: Revista Internacional Interdisciplinar*, 15(1), 11.
- Chaparro Africano, A. (2013, September). Sostenibilidad de la economía campesina en el proceso mercados campesinos (Colombia). In *Congreso Latinoamericana de agroecología artículos completos*. Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA).
- Garcia González, D. F., González Vélez, C. A., & Montenegro Riveros, M. (2019). Representaciones sociales y puestas en escena en los Mercados Campesinos de Bogotá: “El buen campesino”, “El campesino institucionalizado” y “El campesino rebelde”. *Cultura y representaciones sociales*, 13(26), 224-268.
- Molina, J. P. (2016). Un ejemplo de gestión territorial para el desarrollo: Mercados Campesinos en Colombia.