

**LA ALIMENTACION EN FONTIBÓN: HISTORIA, TERRITORIO Y GLOBALIZACIÓN
EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO**

Yadir Fernando Espitia Espinosa

**Trabajo de grado para obtener el título de pregrado como Licenciado en
Ciencias Sociales**

Director:

Javier Fernando Villamil Velásquez

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad de Ciencias Sociales

Departamento de Humanidades

Bogotá

2024

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	2
I. INTRODUCCION.....	1
II. OBJETIVOS.	3
2.1. Principal.....	3
2.2. Secundarios.	3
III. METODOLOGÍA.	4
3.1. Enfoque metodológico.	5
3.2. Técnicas de recolección de información.....	6
3.3. Análisis de la información.	8
3.4. Consideraciones éticas.	8
3.5 Alcances.....	9
3.6 Limites.....	10
IV. LOS ANTECEDENTES DEL PAISAJE SABANERO OCCIDENTAL EN FONTIBON, LA PLAZA FUNDACIONAL Y OTRAS CONSTRUCCIONES.	10
4.1. Los registros agrícolas del mundo indígena.	14
4.2. Utilidades y configuración del territorio agrícola ancestral.	17
4.3. Fontibón desde los hitos urbanísticos de la época Colonial.....	25
V. LA COMIDA Y LA PROGRESIVA CONSOLIDACION DE LA PLAZA LOCAL DE FONTIBON.....	40
5.1. La memoria y la transformación del acceso alimentario en Fontibón: La plaza de mercado.....	46
5.2. Rúbricas y Cimientos: La Plaza como Testigo y Fundamento del Comercio Local.	52
5.3. El Crecimiento del Comercio Ambulante y sus Consecuencias.....	75
5.4. La Plaza como Espacio de Comercio Formal e Informal.....	80
5.5. La Ciudad, el campo y la institucionalidad en l ciudad.....	83

VI. NUEVOS FORMATOS Y EL FUTURO INSIERTO DE LOS MERCADOS TRADICIONALES.	86
6.1. La Competencia entre Grandes Corporaciones y Mercados Tradicionales.	87
6.2. Dinámicas corporativas frente a las lógicas barriales en Fontibón.	94
6.3. Principales Tiendas de Cadena en la localidad.	100
6.4. Que son los Fruver y los mercados orgánicos.	111
VII. SISTEMA AGROALIMENTARIO ESCALA GLOBAL.	118
7.1. El control global en la comida y su impacto local.	121
7.2. Nuevas estrategias de marketing y consumo.	126
7.3. Un Llamado a Desmantelar los Sistemas Agroalimentarios Globales	128
7.4. La Seguridad Alimentaria en Tiempos de Pandemia.	132
VIII. CONCLUSIONES.	135
8.1. Transformación del paisaje y sistemas alimentarios	135
8.2. Importancia del aprendizaje, la investigación y el análisis crítico	136
8.3. Rescate de conocimientos campesinos e indígenas.	136
8.4. Hacia estrategias colectivas y territoriales	137
8.5. Impacto de los formatos comerciales modernos y el riesgo para la soberanía alimentaria	137
8.6. Reflexión final	138
BIBLIOGRAFIA.	139
TABLA DE ILUSTRACIONES.	149
ANEXOS.	155

I. INTRODUCCION

La presente investigación tiene como objetivo analizar el sistema alimentario de la localidad de Fontibón, ubicada en la parte occidental de Bogotá, a través de su historia, el reconocimiento como territorio agrícola y el impacto de la globalización. El estudio busca entender la transformación de este sistema alimentario local, destacando los elementos y factores que dan vida a la Plaza Distrital de Fontibón, un espacio clave en los procesos de comercio agrícola y distribución de alimentos. Este análisis parte de la necesidad de comprender cómo la producción, distribución y consumo de alimentos han cambiado con el tiempo, afectando la soberanía alimentaria y el acceso a alimentos saludables.

En la actualidad, Fontibón enfrenta una serie de desafíos relacionados con la seguridad alimentaria, evidenciando una problemática de salud pública derivada de un sistema global que presenta múltiples irregularidades. Estos problemas incluyen el exceso de costos en las centrales de comercio, la caída constante en los precios que reciben los productores y la ineficiencia de los órganos legislativos que regulan la producción y distribución de alimentos. Estos factores contribuyen a una crisis estructural en la que la cadena de consumo alimentario, que involucra tanto a productores como a consumidores, se ve afectada por dinámicas económicas y políticas que priorizan los intereses capitalistas sobre las necesidades de la población.

El análisis se enfoca especialmente en las plazas de mercado de Fontibón como un punto crucial en la cadena de distribución alimentaria. Al ser un espacio de convergencia entre la producción agrícola local y el consumo urbano, la Plaza Distrital de Fontibón se convierte en un reflejo de las tensiones entre la urbanización y la preservación de las prácticas agrícolas. A través de un estudio de caso de esta plaza, se pretende examinar las características específicas del comercio de alimentos en este territorio, entendiendo cómo se comportan los mercados y sus relaciones con las tradiciones culturales y sociales de los habitantes locales.

Este estudio se desarrolla desde un enfoque que toma en cuenta los postulados del materialismo histórico, la filosofía libertaria y la teoría geográfica crítica, con énfasis en la

memoria social y el análisis de los espacios urbanos. Siguiendo los aportes de pensadores como Lefebvre, Harvey, Ascher y Parker, se busca entender la organización territorial y los flujos de alimentos como parte de una red más amplia que refleja las desigualdades sociales y económicas de la metrópolis.

La justificación de esta investigación radica en la necesidad de visibilizar las problemáticas que afectan a Fontibón en términos de acceso a alimentos saludables, en un contexto de creciente urbanización y globalización. El concepto de soberanía alimentaria, que promueve el derecho a una alimentación adecuada y culturalmente apropiada, es central para comprender las dinámicas de poder y control sobre los sistemas alimentarios locales. Este estudio contribuye al debate sobre la soberanía alimentaria, entendida como el derecho de los pueblos a controlar su propia producción y distribución de alimentos, tal como lo establece la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura).

A lo largo de este trabajo, se explorarán los diferentes elementos históricos, sociales y económicos que han influido en el sistema alimentario de Fontibón. Este análisis permitirá comprender cómo las políticas urbanísticas, la globalización y las estructuras de distribución alimentaria han transformado el acceso a alimentos y afectado la seguridad alimentaria en esta localidad.

II. OBJETIVOS.

2.1. Principal.

Analizar la transformación del sistema alimentario de Fontibón a través de la Plaza Distrital de Mercado, explorando sus cambios en producción, distribución y consumo de alimentos, así como su impacto en la soberanía y seguridad alimentaria dentro del contexto global y urbano.

2.2. Secundarios.

1. Identificar las principales transformaciones del territorio local y sus impactos en la producción de alimentos, mediante el análisis de los cambios históricos ocurridos desde el período Muisca hasta la época colonial.
2. Analizar la evolución de la Plaza de Mercado de Fontibón en las últimas tres décadas, considerando su papel en el acceso a los alimentos, su transformación frente a la urbanización y la globalización, y su impacto en la identidad y cultura alimentaria local.
3. Analizar la transformación de los formatos de comercialización de alimentos en Fontibón, evaluando el impacto de la expansión de las grandes cadenas de supermercados, Fruver y tiendas de descuento sobre las plazas de mercado, tiendas de barrio y circuitos de comercio local.
4. Examinar la influencia del sistema agroalimentario global en la seguridad alimentaria y la producción agrícola en Colombia, analizando las dinámicas de concentración

corporativa, las estrategias de comercialización y el impacto de los tratados de libre comercio en la soberanía alimentaria local.

III. METODOLOGÍA.

La investigación se desarrolló con el propósito de examinar las transformaciones territoriales locales y su impacto en la producción y comercialización de alimentos. Como señala (McMichael P. , 2009, págs. 139-169), estos cambios se enmarcan en la evolución histórica de los regímenes alimentarios globales que han reconfigurado las dinámicas de producción y distribución. En el contexto latinoamericano, (Reardon & Berdegue, 2002, pág. 137) han documentado cómo la rápida expansión de nuevos formatos comerciales ha transformado significativamente los sistemas de abastecimiento tradicionales. El estudio se sitúa en la localidad novena de Fontibón en Bogotá, con especial énfasis en la Plaza Distrital ubicada en la Carrera 104 con Calle 24, en el barrio Villa Carmenza, un punto neurálgico que, según el análisis de (Wilkinson, 2008, págs. 2028-2045), ejemplifica las tensiones entre la industria alimentaria globalizada y los mercados locales.

La originalidad de esta investigación reside en su aproximación al concepto de soberanía alimentaria. (Altieri, 2011, págs. 587-612) han destacado la importancia de entender esta soberanía no solo desde lo político-territorial, sino como un movimiento que impulsa la transformación de las prácticas agrícolas y comerciales en América Latina. En este contexto, la Plaza de Mercado de Fontibón emerge como un ecosistema social donde, como lo describe García (García Canclini, 2001, págs. 260-285), se producen procesos de hibridación cultural que permiten la supervivencia y adaptación de prácticas tradicionales en contextos modernos. (Coronado, 2010, págs. 252-269) refuerza esta perspectiva al señalar cómo las plazas de mercado mantienen su relevancia como espacios de construcción de tejido social y preservación de prácticas comerciales tradicionales.

Las problemáticas económicas relacionadas con la alimentación cobran especial relevancia en este contexto. (Rivera-Ferre, 2018, págs. 666-685) ha analizado cómo la

resignificación de los sistemas agroalimentarios refleja las tensiones entre diferentes narrativas sobre la producción y distribución de alimentos. Esta situación, según (Reardon & Timmer, 2012 , págs. 225-264), se inserta en una transformación más amplia del sistema alimentario global, que ha generado nuevos desafíos para la seguridad y soberanía alimentaria de las comunidades locales.

Para abordar estas complejidades, la investigación adoptó una metodología que, siguiendo los principios establecidos por (Flyvbjerg, 2006 , págs. 219-245), reconoce el valor del estudio de caso como herramienta para comprender fenómenos sociales complejos. Como sugiere (Hernández Sampieri, 2014, págs. 356-380), este enfoque permite una aproximación holística a las realidades sociales, facilitando la comprensión de las múltiples dimensiones que confluyen en los espacios de comercio tradicional. El estudio examina la tensión entre los formatos comerciales tradicionales y las nuevas modalidades como supermercados, tiendas de cadena y Fruver, proporcionando una visión integral de cómo los actores locales responden y se adaptan a estos cambios. Esta investigación constituye así un aporte significativo para entender los mercados locales como espacios de memoria, identidad y transformación social en el contexto de la globalización alimentaria.

3.1. Enfoque metodológico.

El estudio de caso adopta un enfoque cualitativo en complemento a los datos cuantitativos, lo que permite una comprensión más completa del fenómeno investigado. Según (Yin R. K., 2018, págs. 98-124), el estudio de caso es una metodología idónea para explorar fenómenos complejos en profundidad, permitiendo la recolección de información detallada en su contexto natural.

La metodología cualitativa permite analizar las experiencias y perspectivas de los actores involucrados en el comercio local, identificando patrones sociales y económicos. Se basa en la investigación etnográfica y la geografía crítica. La etnografía, según (Geertz, 1989, págs. 19-38), es un enfoque de investigación que busca comprender el significado que las personas atribuyen a sus acciones y a su entorno a través de la observación prolongada y la participación en sus actividades cotidianas. Esta metodología permite construir una "descripción densa" de los procesos sociales, en la que se analizan no solo los comportamientos visibles, sino también los significados y valores culturales subyacentes. El análisis cuantitativo complementa esta perspectiva cualitativa, proporcionando información sobre la economía alimentaria de Fontibón a través de la recopilación de datos sobre precios, volúmenes de venta y frecuencias de consumo, permitiendo así una evaluación más objetiva del impacto económico de los cambios en la plaza.

Por otro lado, la geografía crítica, desarrollada por autores como (Lefebvre, 1974, págs. 26-54), plantea que el espacio no es un elemento neutral o estático, sino una construcción social influenciada por las relaciones de poder y las estructuras económicas. En este sentido, el mercado de Fontibón es entendido no solo como un lugar físico de intercambio comercial, sino como un espacio donde se materializan dinámicas históricas, políticas y económicas que afectan la vida cotidiana de sus actores.

3.2. Técnicas de recolección de información.

Para garantizar una comprensión integral del estudio de caso, se emplearon diversas técnicas cualitativas y cuantitativas, con el objetivo de triangular la información y validar los hallazgos obtenidos. Entre estas técnicas se encuentran:

- **Entrevistas semiestructuradas¹:** Se realizaron entrevistas a comerciantes, compradores, administradores de la plaza y actores institucionales para conocer sus perspectivas sobre la evolución del mercado, los retos del comercio local y las estrategias de adaptación frente a la competencia de grandes cadenas comerciales. Este método permitió captar el significado que los participantes otorgan a su realidad social y económica (Kvale, 2011, pág. 34).
- **Observación participante:** Se llevó a cabo un registro etnográfico de las interacciones cotidianas en la plaza, documentando las prácticas comerciales, los vínculos sociales y las rutinas de abastecimiento, el trabajo permite su explicación con un registro y análisis de datos situados como indica la observación participante según (Angrosino, 2007, págs. 59-79).
- **Encuestas estructuradas²:** Se aplicó una encuesta a una muestra representativa de consumidores y comerciantes, con el objetivo de identificar patrones de consumo, percepciones sobre la competitividad de la plaza y su papel en la economía barrial. Para ser muy precisos fue necesario remitirse a la detalla elaboración y aplicación de encuestas estructuradas para garantizar validez y fiabilidad escrita por (Dillman, Smyth, & Christian, 2014, págs. 112-138)
- **Análisis documental:** Se revisaron informes oficiales, normativas gubernamentales y estudios previos sobre el sistema agroalimentario en Bogotá y Colombia, a fin de contextualizar los hallazgos dentro de un marco histórico y político más amplio, esto gracias a (Bowen, 2009, págs. 27-40) para los estudios sociales el análisis documental

¹ *Anexo Error! Main Document Only.:* https://drive.google.com/drive/folders/1NgfSR3HEZqwJkrDodMBauSdTVFLYixx?usp=drive_link

² *Anexo Error! Main Document Only.:* <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hK2IONADxYF-63t1S8ncL91-ccfUZSAp/edit?usp=sharing&ouid=101437893323649125318&rtpof=true&sd=true>

como técnica de investigación cualitativa fundamenta la comprensión del pasado y del ahora.

- **Cartografía social:** Se realizaron mapeos participativos con los comerciantes y consumidores, permitiendo identificar cambios espaciales y transformaciones en los flujos de abastecimiento de la plaza de mercado lo que según (Lynch, 1960, págs. 12-31), introducir el de mapeo mental, es importante para la comprensión del espacio urbano .

3.3. Análisis de la información.

El análisis de los datos obtenidos se realizó mediante una triangulación metodológica, contrastando los hallazgos de las entrevistas, la observación participante y las encuestas. La información cualitativa se analizó mediante un enfoque hermenéutico y de teoría fundamentada (Glaser & Strauss, 1967), identificando categorías emergentes sobre la relación entre los mercados tradicionales y las transformaciones en el sistema agroalimentario.

3.4. Consideraciones éticas.

Dado que la investigación involucra el testimonio de actores locales, se garantizó el consentimiento informado de todos los participantes, asegurando la confidencialidad de su identidad y el uso exclusivo de la información para fines académicos. Se siguieron los principios éticos de la investigación social establecidos por la Asociación Americana de Sociología (ASA, 2018) y la Asociación de Geógrafos Americanos (AAG, 2019). Esta explicación detallada fortalece la rigurosidad metodológica del estudio y permite una comprensión más profunda de los conceptos clave aplicados en la investigación.

3.5 Alcances.

1. Esta obra presenta una mirada integral a las transformaciones del paisaje sabanero en Fontibón, resaltando la riqueza cultural, las tradiciones y los desafíos actuales relacionados con la Plaza de Mercado, el comercio ambulante y la preservación del patrimonio.
2. Se enfatiza la necesidad de promover el aprendizaje significativo, la investigación participante, el análisis crítico y el reconocimiento a este legado histórico y cultural del que muchos llevamos un pedacito.
3. Rescatar y potenciar en los espacios académicos y pedagógicos, las discusiones acerca de los conocimientos, prácticas y cosmovisiones de los pueblos campesinos e indígenas en torno a la plaza, la producción diversificada a pequeña escala, los mercados locales y el control comunitario de los sistemas alimentarios.
4. Su intención al promover el diálogo de saberes es construir un camino hacia las propuestas territoriales colectivas que procuren articular a diversos actores (comunidades rurales, organizaciones urbanas, académicos comprometidos, familias, etc.) en torno a estrategias integrales para la transformación de los sistemas alimentarios.
5. Visibilizar la expansión desmedida de las grandes cadenas de supermercados y otros formatos comerciales modernos que han desplazado los circuitos tradicionales de abastecimiento basados en plazas de mercado, tiendas de barrio y productores locales.

3.6 Limites.

Una de las principales limitaciones de la investigación radica en la dificultad para desarrollar una pedagogía crítica territorializada completamente fundamentada en las realidades locales. Si bien se buscó articular un conocimiento situado, las restricciones laborales chocaban con las temporales, deja en evidencia las necesidades alimentarias locales frente al modelo corporativo global. Aunque el documento no pretende generar un cambio espontáneo, constituye un aporte académico significativo al proponer una mirada crítica al sistema corporativo dominante.

IV. LOS ANTECEDENTES DEL PAISAJE SABANERO OCCIDENTAL EN FONTIBON, LA PLAZA FUNDACIONAL Y OTRAS CONSTRUCCIONES.

En toda narrativa se necesita un tiempo cronológico, es función del primer capítulo caracterizar desde la fundación del pasado pueblerino de la localidad hasta las dinámicas de la plaza fundacional y de otras construcciones principales como la plaza de mercado junto a

sus casas alrededores, divididos por espacios ocupados, lugares y sujetos en las aceras y calles contemplados como ventas ambulantes, una lectura completa del espacio que nos remonta a las raíces más profundas.

La relación entre el paisaje sabanero occidental y las dinámicas alimentarias de Fontibón se remonta a tiempos prehispánicos, cuando las comunidades indígenas ya empleaban avanzadas técnicas agrícolas para optimizar el uso del suelo y los recursos naturales. El sistema de los camellones y las terrazas de agua, que facilitaban la producción agrícola en condiciones de terrenos inundables, es un claro ejemplo del ingenio y adaptación de los pueblos originarios a su entorno (Pineda, 2010, págs. 145-168). Estos sistemas, que aún en la actualidad tienen vestigios en la región, no solo permitieron el cultivo de una variedad de productos agrícolas, sino que también establecieron las bases para las dinámicas de intercambio que con el tiempo se consolidaron en el mercado local. Fontibón, que en sus primeros tiempos fue un punto clave de abastecimiento agrícola para la región, ha mantenido esa tradición a través de su plaza de mercado, un espacio que sigue funcionando como centro económico, social y cultural. La plaza ha sido testigo de la evolución de este territorio, que al fusionar las técnicas indígenas con las influencias coloniales, ha dado lugar a una cultura agrícola profundamente enraizada en la identidad local. En este espacio de comercio, los productos que se venden no solo son alimentos, sino también el reflejo de un proceso histórico que ha transformado las prácticas agrícolas, pero que a su vez procesos de resistencia a lo largo del tiempo, fusionando el pasado con el presente.

La plaza de mercado, como núcleo de intercambio, sigue siendo un punto de encuentro donde la historia agroalimentaria de Fontibón se manifiesta en cada transacción, en cada conversación, y en cada producto que llega al consumidor. Este legado agrícola, que se proyecta en la forma en que los habitantes de Fontibón se relacionan con la tierra y sus alimentos, sigue siendo una parte fundamental de la identidad local, transmitida de generación en generación, tanto a través de los conocimientos tradicionales como de las prácticas cotidianas que dan vida a esta localidad. La transformación de Fontibón de un municipio agrícola a una localidad urbana de Bogotá no puede entenderse sin considerar su

historia agroalimentaria, que ha sido y sigue siendo el pilar sobre el que se construye su carácter y su memoria colectiva (Rodríguez Gallo, 2019, págs. 193-215).

Lo que se sabe de la memoria agrícola de la sabana ha sido hasta hoy información escasa, casi cercenada la hoy localidad reclama más que nunca una contra historia oficial con la cual visibilizarse, paciente aguarda con su voz e identidad propia. Al preguntarme ¿Quién sería mejor para tan alto reconocimiento en clave de la alimentación? O mejor, ¿Cuál oficio o labor de los fontibonenses es más que idónea para hablar de comida?, la respuesta es fue darle vos a los comerciantes ubicados en la plaza de mercado, habitantes del sector que viven y trabajan en torno al bienestar de sus familias y vecinos a través de la comida. Ubicada entre la Carreras 103 y 103a hasta las calles número 20 y 19, al Occidente de la Ciudad, en pleno centro económico local, se encuentra la plaza distrital, tradicionalmente el lugar para abastecer las cocinas del sector de Fontibón un epicentro de comercio alimentario, ahora y desde lo más remoto de su antigüedad.

Este origen por su necesidad de presentarse como un estudio de caso nace de un espacio local icónico, construido por redes de intercambio en el que habitan productos agrícolas entiéndase carnes, verduras, hortalizas, frutas y flores, cuenta con servicios de transporte y saberes variados entre los florales, los medicinales y los gastronómicos. Para comprender este lugar como objeto de investigación, es necesario entender su trascendencia cultural e histórica mediante un diálogo con diversos autores, fuentes y referencias.

El objetivo es caracterizar las influencias y consecuencias de lo que había sido y lo que fue hasta el siglo XX la tenencia de cultivos en esta zona del territorio muisca. Es importante retomar la transición entre el periodo prehispánico, e incluso el pasado poscolonial, para analizar la transformación interpretativa de la relación entre los habitantes y la naturaleza. Esta evolución se refleja claramente en el sistema agroalimentario de la región, que demuestra cómo los patrones de alimentación han estado íntimamente ligados a las prácticas agrícolas a lo largo de diferentes periodos históricos, desde las técnicas ancestrales muisca hasta los métodos de cultivo contemporáneos (Therrien M. , 2008, págs. 226-227). Esta transformación se comprende mejor a través de la memoria colectiva y las

historias de vida de los habitantes locales, quienes no solo son narradores sino participantes activos de la historia. Sus testimonios crean un puente entre el pasado ancestral y el presente, documentando tanto la evolución de las prácticas agrícolas como la preservación de conocimientos tradicionales sobre la tierra y la alimentación.

El proceso de hacer memoria, que trasciende del pensamiento a la emoción, es esencial para comprender las dinámicas de convivencia pasadas y presentes. En este sentido, Fontibón se presenta como un territorio significativo cuya transformación de municipio a localidad de Bogotá debe ser analizada más allá de los datos administrativos, con especial atención a su rica historia agroalimentaria (Therrien M. , 2008, págs. 132-134). Es importante señalar que, mucho antes de la consolidación de la plaza de mercado como un centro neurálgico de intercambio, la Sabana de Bogotá jugó un papel fundamental en la configuración de las prácticas productivas y comerciales de la región. Para entender plenamente el impacto de estos procesos, es necesario pensar en paisajes completos que abarcan no solo el presente, sino también la evolución del uso del suelo a lo largo de los siglos. Este enfoque nos permite aproximarnos a las dinámicas de quienes habitaron el territorio y comprender cómo los puntos centrales, como la plaza de mercado, se erigieron como núcleos vitales en el desarrollo económico y social de la localidad, reflejando la interrelación entre lo rural y lo urbano a lo largo de la historia.

Los datos presentados aquí provienen de investigaciones nacionales que han abordado diversos registros coloniales, destacando la complejidad del entramado histórico de la antigua zona indígena. La ***Ilustración 1*** titulada "Los camellones" ejemplifica esta complejidad, ya que, sin el análisis detallado de los registros coloniales y las crónicas del siglo XVII, junto con la documentación fotográfica y aérea, sería casi imposible conocer el impacto de estos territorios en la actualidad. A menudo, los estudios sobre Fontibón se centran en su arquitectura colonial, especialmente en la cabecera municipal, que se fundó sobre un antiguo centro indígena. El parque³ de Fontibón, la Casa del Pueblo (hoy Casa de

³ El parque es también un lugar central en la memoria de los habitantes de Fontibón, para quienes nacieron en el municipio hasta los que llegaron de otras regiones. No hay dificultad en recordar su aspecto y las transformaciones que ha sufrido, las edificaciones que lo rodeaban y los usos de ellas. La apariencia que el parque conservó durante el periodo

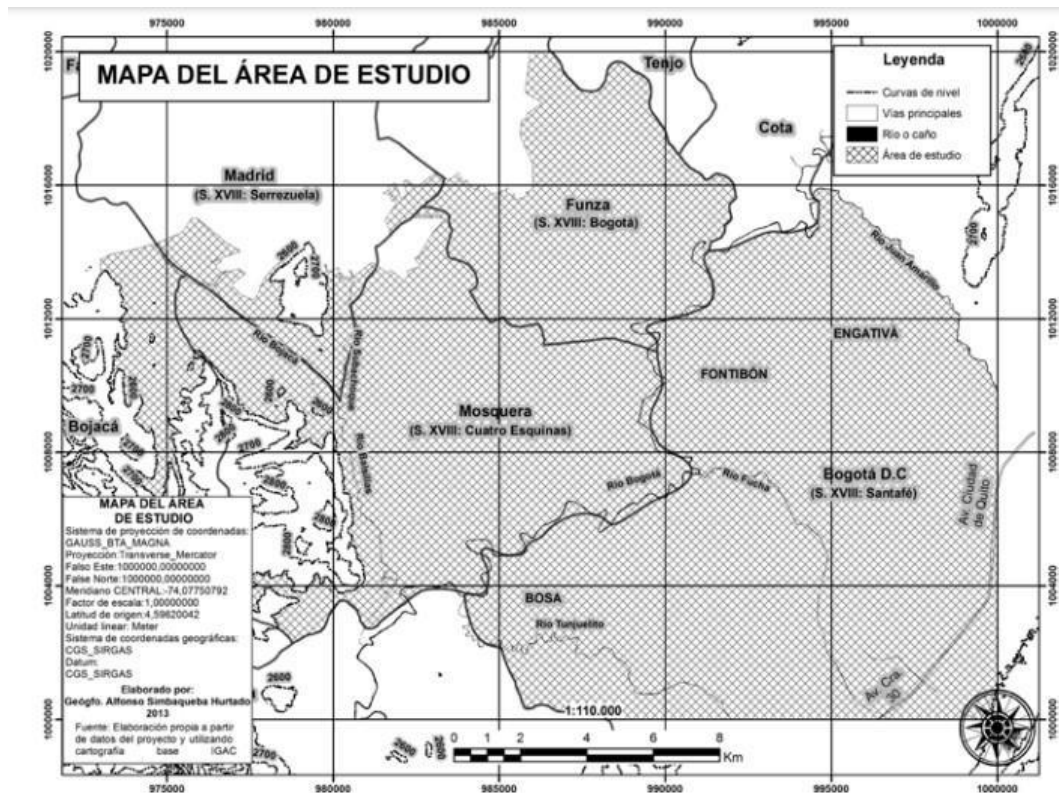
la Cultura Cacique Hyntiba) y la restaurada Casa de la Comisaría, hoy sede de la Junta Administradora Local, son solo algunos de los hitos que narran la evolución de este territorio, ligados a una narrativa que recurre a los elementos visibles de la historia (Díaz Rodríguez D., 2009).

Toda la información que circula en la prensa y en los datos oficiales proviene de estas referencias históricas, las cuales combinan la vida nativa, indígena, colonial y moderna. Sin embargo, al alejarnos de estas construcciones oficiales, podemos entretejer una memoria más amplia que permita preservar otros espacios de importancia histórica que, aún hoy, guardan las huellas de esas transformaciones. Esta visión más integradora puede ayudar a continuar la preservación y el reconocimiento de lugares que no siempre están en el foco de la narración histórica convencional. Al fin y al cabo, las grandes civilizaciones son el resultado de sus decisiones sobre la domesticación de la naturaleza y la construcción de epicentros económicos. Desde el paradigma interdisciplinar, estos conocimientos aportan a una conciencia biológica y cultural que se refleja en la enseñanza dentro y fuera de las aulas, donde la carga simbólica de la comida se convierte en un enclave evidente del avance o retroceso de la vida humana.

4.1. Los registros agrícolas del mundo indígena.

Al interpelar las fuentes primarias y los autores seleccionados para relatar una cronología continua de las transformaciones que ha vivido el territorio Muisca hasta la formación como localidad. Es necesario entender y recordar la transformación del paisaje ancestral en el límite occidental de la ciudad capital de Colombia, por lo que es pertinente acompañar los datos históricos de los primeros asentamientos chibchas propios de los Muisca quienes eran los habitantes, y son por supuesto el origen del relato (Gamboa, 2008, págs. 240-245).

estudiado contribuyó a darle un aspecto más pueblerino al paisaje del centro de Fontibón y así era percibido por sus habitantes. (Díaz Rodríguez, 2009).



Mapa 1: Mapa de estudio, en él se afirma que la disposición del área conocida como Fontibón limita con Bosa, Engativá, Mosquera, Funza, sus límites estuvieron marcados por el Río Fucha al Sur, al Occidente con el Río Bogotá y al Norte con el Río Juan amarillo Mapa área de estudio (Simbaqueba Hurtado, 2008).

Tejer la memoria de los ancestros, especialmente de las comunidades indígenas, es un ejercicio extenso y complejo. Aunque oficialmente no se reconoce la presencia de una comunidad indígena dentro de la plaza de Fontibón, la memoria de los vivanderos actuales permite recuperar un eco lejano de esa herencia ancestral. Los recuerdos de esos pueblos perdidos se materializan en los productos que aún consumimos hoy, como los cubios, uchucas, frijoles y papas. Este ejercicio de memoria, más allá de la historia oficial, nos invita a pensar en las huellas culturales que persisten en la vida cotidiana.

A través de los datos históricos disponibles, publicados y verificados por investigadores como historiadores, etnógrafos y relatores, (Jiménez, 2023, págs. 11-18) Es posible reconstruir la historia del pasado indígena en la antigua Cundinamarca, las temporalidades ya trabajadas nos permiten dividir la historia de la Sabana de Bogotá en tres periodos cronológicos: Herrera (900 a.C.-700 d.C.), Muisca Temprano (700-1100 d.C.) y

Muisca Tardío (1100-1600 d.C.). El punto de partida de este análisis se centra en el periodo Muisca Tardío, cuando se comienzan a forjar las bases de la sociedad que perduró hasta la llegada de la colonización extranjera.

La información relevante sobre este periodo fue presentada en el XIII Congreso de Historia de Colombia en 2006, organizado por el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH). En este congreso, se discutieron las características principales de los pueblos Muiscas, los cuales habitaron el altiplano cundiboyacense. La compilación de ensayos y presentaciones proporcionó una visión detallada y actualizada de la historia de los Muiscas, desde su desarrollo prehispánico hasta la transformación que trajo la colonización. Estos estudios permiten trazar una línea temporal clara y contextualizada, ayudando a reconstruir la riqueza cultural y social de los pueblos indígenas que habitaron esta región antes de la llegada de los colonizadores.

El período de mayor desarrollo de la civilización Muisca se destacó por la consolidación de su confederación, una alianza entre territorios como Bacatá (Bogotá), Hunza (Tunja), Tundama y Sogamoso, bajo un liderazgo compartido. Durante esta época, se evidenció un auge urbanístico con la construcción de grandes centros poblados, caminos empedrados y sistemas hidráulicos. Además, se impulsaron avances agrícolas, como los cultivos elevados o "camellones", y la explotación de recursos naturales como la sal en Zipaquirá y Nemocón. El comercio y el trueque entre los pueblos muiscas también florecieron, con intercambios de productos agrícolas, sal, textiles y orfebrería. A nivel social y político, los Muiscas establecieron una estructura jerárquica encabezada por élites gobernantes, mientras consolidaban un sistema religioso que unificaba culturalmente a su población. Más que relevantes estas características dan una morfología de las comunidades indígenas que anteceden nuestra memoria, no por ello son menos importantes, muy por el contrario, son indiscutibles a la hora de abordar las utilidades y configuraciones del territorio en sus primeras experiencias agrícolas (Gamboa, 2008, págs. 240 - 241).

4.2. Utilidades y configuración del territorio agrícola ancestral.

La dieta de los Muisca, rica en maíz, papa, frijol, quinua y yuca, sigue siendo la base de muchos de los platos tradicionales que definen la gastronomía local, como el ajiaco, las arepas y los tamales. Con la llegada de los colonizadores europeos, estos ingredientes indígenas se mezclaron con nuevos productos traídos de Europa y África, como el trigo, el arroz, la carne de res, el cerdo, las especias y los productos lácteos. Así, se crearon platos mestizos que combinan la herencia indígena con las influencias europeas, como el lechona, el tamal con carne de cerdo y el uso del queso en diversos platos. Ingredientes como la cebolla, el ajo, y las hierbas europeas como el cilantro y el laurel, también se integraron, enriqueciendo la cocina local y dando lugar a una gastronomía que, aunque en sus raíces se mantiene fiel a los alimentos tradicionales, refleja el intercambio cultural que caracterizó la época colonial. Estos nuevos ingredientes transformaron y diversificaron la cocina, generando platos que aún hoy son un símbolo de la identidad regional, y que combinan lo mejor de ambas tradiciones (Daza Martínez, 2013, págs. 17-19).

Estos alimentos no solo nutren el cuerpo, sino que también encierran una memoria histórica que conecta el pasado prehispánico con la vida contemporánea. La persistencia del maíz, por ejemplo, refleja una continuidad cultural y agrícola, siendo parte de las comidas diarias en familias de la región. La papa, cultivada desde tiempos antiguos en la Sabana de Bogotá, continúa en platos emblemáticos, mientras que la quinua, aunque resurgida recientemente en la dieta moderna, era fundamental en la alimentación ancestral, gracias a sus propiedades nutricionales.

Sin embargo, la llegada de nuevas prácticas coloniales introdujo ingredientes y técnicas que modificaron las costumbres alimenticias. Los colonizadores trajeron consigo nuevos productos como el trigo, la carne de res, el cerdo y las especias, que se fusionaron con los ingredientes tradicionales. Esta fusión no solo alteró los hábitos de consumo, sino que también transformó las prácticas agrícolas, ya que los Muisca tuvieron que adaptarse a nuevos sistemas productivos y formas de preparación culinaria. La intervención colonial marcó una reconfiguración de los paisajes productivos y un cambio profundo en las

estructuras sociales, donde las nuevas dinámicas de producción y distribución de alimentos reflejaron el control y la explotación de los recursos por parte de los colonizadores (Saldarriaga E, 1999, págs. 84-106). Así, los alimentos tradicionales no solo mantienen la memoria de los hábitos alimenticios de los pueblos Muisca, sino que también son testigos de las tensiones y transformaciones provocadas por la colonización. A través de las costumbres culinarias, los habitantes actuales de Fontibón y otras localidades cercanas siguen conectados con esa herencia agrícola ancestral, mientras gestionan un legado que combina lo autóctono con lo nuevo. Esta amalgama de influencias, aunque parte de la historia de resistencia y adaptación, también evidencia el impacto de las intervenciones coloniales sobre las prácticas alimentarias y el territorio.

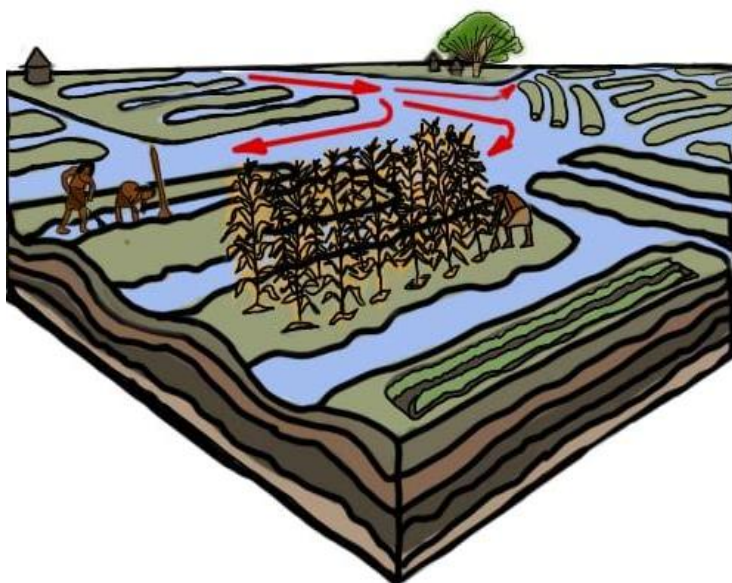


Ilustración 1: Ilustración de autoría propia basado en la representación propuesta por el Acueducto de Bogotá, como parte de una estrategia de reconocimiento para la conservación de los humedales. Las flechas en la imagen muestran la desembocadura al nivel de los meandros y pre-meandros hacia las zonas inundables. (Espitia, Camellones 1, 2024)

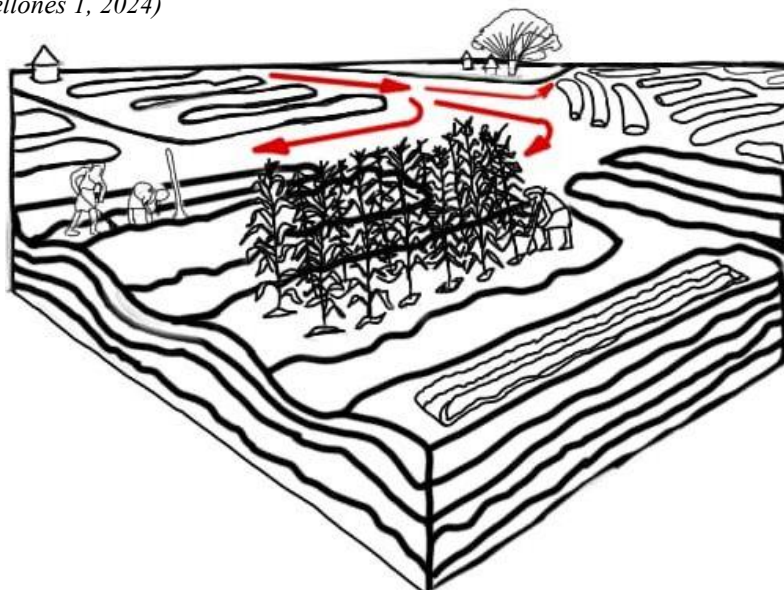


Ilustración 2: Se ilustra a blanco y negro, casi a manera de placa los elementos del paisaje, un semejante de las zonas inundables que usaban para cultivo y pesca, zonas inundables con capacidad de trabajo según sus dimensiones, mayor producción según la corriente y el flujo. (Espitia, Camellones 2, 2024)

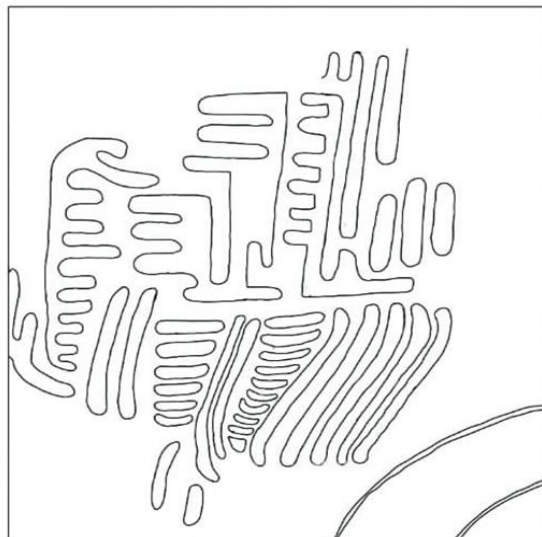


Ilustración 3: *Ajerezados*, es la primera de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos aéreas del Instituto Geológico y Arqueológico de Colombia (IGAC) e investigadas en "Control sobre tierras, sistemas de camellones, canales y mano de obra durante el periodo Prehispánico en la Sabana de Bogotá, Colombia" (Boada, 2006).



Ilustración 4: Irregulares, es la segunda de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos aéreas donde se observaron meandros del Rio Amarillo y Rio Bogotá (Boada, 2006).



Ilustración 5: Paralelos al río, es la Tercera de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos desde su centro hacia afuera gruesas líneas de contorno dan volumen a estos camellones de círculos y semicírculos (Boada, 2006).

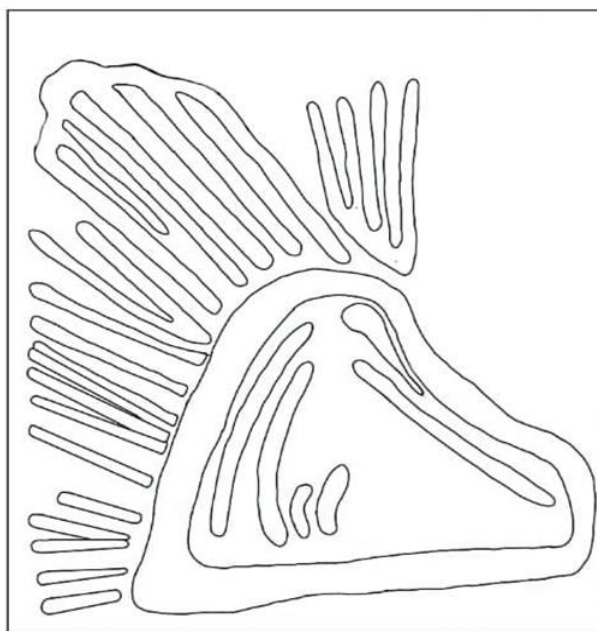
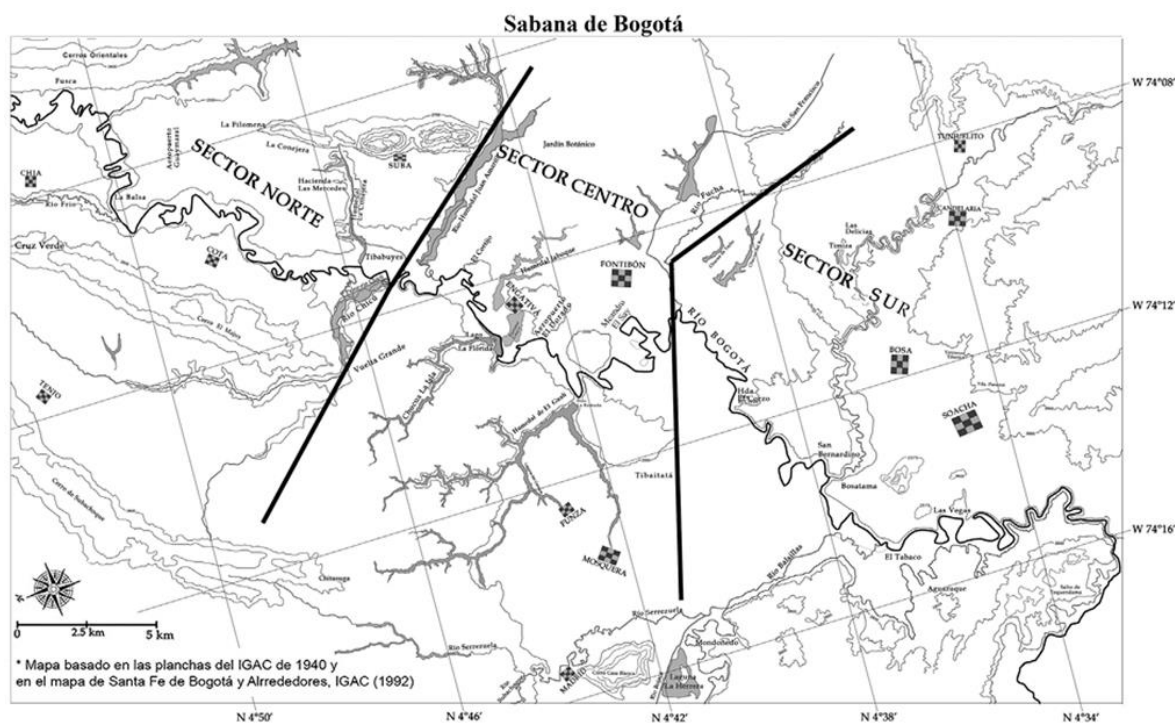


Ilustración 6: Lineales, es la última de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos aéreas allí se muestran los canales de trazos gruesos casi como espinas alrededor (Boada, 2006).

En el análisis de (Etayo, 2002) El sistema hidráulico prehispánico en los Andes colombianos desplegó una ingeniosa red de canales entre La Florida y el Gualí, con aproximadamente 10 canales cada 150 metros, extendidos entre 800 y 900 metros. Esta compleja infraestructura logró reducir significativamente la movilidad del río, especialmente en el meandro El Say, demostrando el avanzado conocimiento territorial de sus antiguos constructores. Para facilitar la comprensión del pasado sabanero y el sistema hidráulico que sustentó las utilidades del territorio, éste ha sido previamente analizado, en tres zonas con características propias de las condiciones geográficas en la sabana. Dieron resultado a límites entendidos como fronteras, interpretados como trazos intrusivos dentro de los registros fotográficos aéreos, así se pudo observar en el **Mapa 2**.

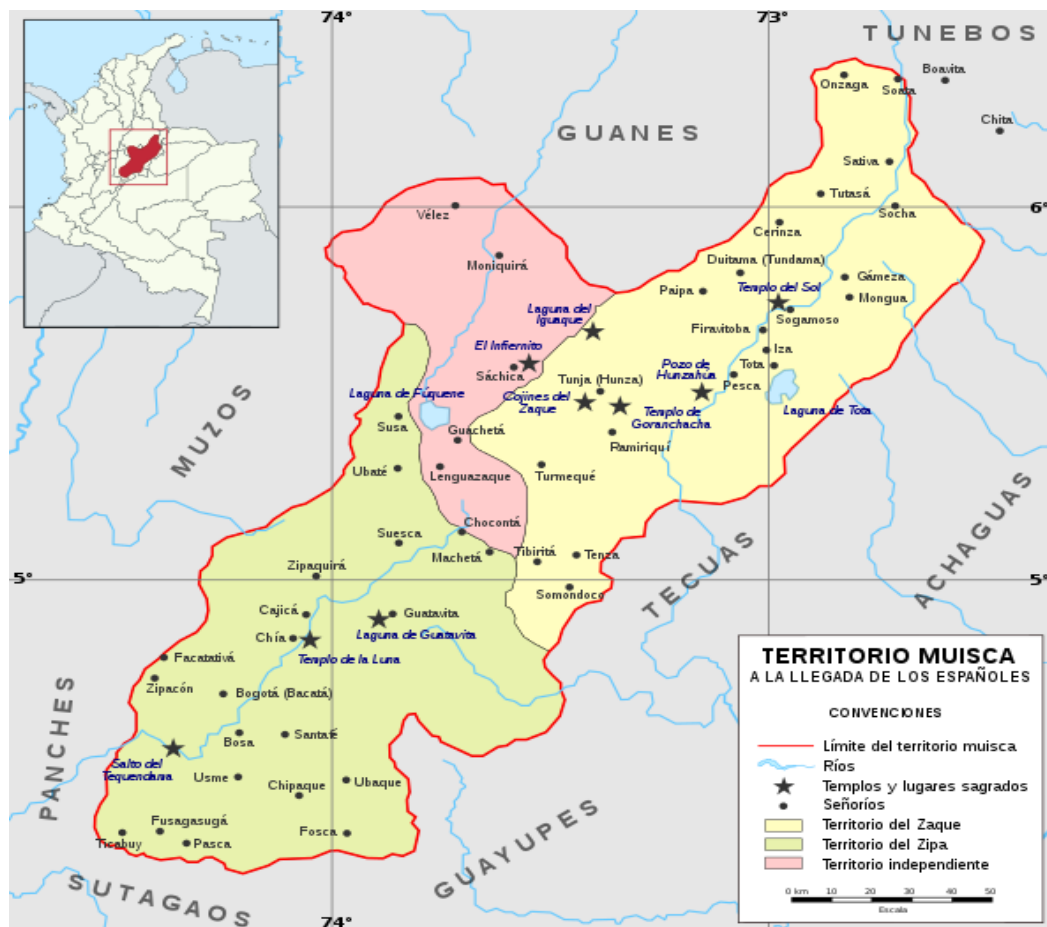


Mapa 2: Mapa basado en las planchas del IGAC de 1940 y en el mapa de Santa Fe de Bogotá y Alrededores, IGAC (1992), dividida en los sectores Norte, Centro y Sur de la región sabanera Cundiboyacense. (Mora Pacheco, 2021).

A pesar de la interrupción de los canales hidráulicos por trabajos modernos, la efectividad del sistema de manejo del agua en los Andes Colombianos es evidente en la limitada movilidad del río, y aunque la presencia de camellones ajedrezados disminuye, aún persisten sectores dispersos en los humedales y ríos cercanos. Este análisis, iniciado por Van Der Hammen, ha sido fundamental en la paleobotánica y la reconstrucción paleoambiental, integrando datos arqueológicos y etnohistóricos para comprender la urbanización y los patrones de asentamiento de los Muisca antes de la llegada española. La concepción Muisca del centro económico y social, entre Tibabuyes y el Meandro El Say, muestra la relevancia de la región como un núcleo de intercambio cultural y económico entre 1450 y 1537 (Etayo, 2002). La Sabana Chibcha, con más de un millón de habitantes, era un territorio dedicado a la agricultura, la orfebrería, la cerámica, el comercio, la guerra y también a la religión, la astronomía y las matemáticas. Ya en su estructura política su máximo jerarca era el Zipa y al él le seguían, los caciques y capitanes, para su último periodo la existencia de un orden social fue más que irrelevante para los conquistadores que no pretendían alianza alguna con los poderes del cacicazgo. En ese panorama Fontibón era, precisamente, una de las poblaciones que rodeaba y protegía a la ciudad capital de Bacatá, donde estaba la sede de gobierno del Zipa. Hyntiva era el nombre de su Cacique y bajo su mando había un grupo que supera los 1.800 indígenas.

A pesar de los avances artísticos y culturales, como la orfebrería y la construcción de templos, la arquitectura actual difícilmente refleja la organización social y comercial indígena, que vinculaba el territorio con lo divino y lo propio. Enfocarnos en los atributos agrícolas es crucial para entender los asentamientos, donde se desarrollaron complejas estructuras de cultivo, como los camellones, fundamentales en la distribución y uso de recursos en el territorio Muisca. (Rodríguez Gallo, 2019) destaca el sistema hidráulico construido a lo largo de 2500 años, que no solo gestionaba el agua, sino que también aprovechaba el potencial pesquero de la región. La relación de los grupos étnicos en la Sabana de Bogotá, basada en la herencia chibcha del agua, resultó en una construcción particular del paisaje agrícola durante el período Muisca Tardío.

Los humedales de la Sabana han sido lugares de asentamiento y convivencia durante más de 2000 años, siendo esenciales para entender los significados simbólicos y culturales de las comunidades que han habitado la región. Mediante el análisis arqueológico, paleoambiental y colonial, se ha comprobado que los camellones fueron producto de una interacción profunda con el entorno, adaptando el paisaje para la agricultura, la caza y la pesca. Sin embargo, el conocimiento popular sobre estos sistemas y la historia agrícola prehispánica sigue siendo limitado, pues la academia ha sido muchas veces un filtro que no siempre redistribuye este saber hacia la comunidad. Esto plantea la pregunta de cómo construir una pedagogía del consumo que promueva una mayor divulgación del patrimonio agrícola y cultural (Boada, 2006).



Mapa 3: Mapa del territorio Muisca, delimitación de los centrales Cacicazgos Prehispánicos y Jurisdicciones Coloniales, en la parte inferior derecha se encuentra la tabla de convenciones allí se señala el territorio muisca a la llegada de los españoles. (Ángel, 2017).

El impacto de la colonización española en la Sabana de Bogotá representó una transformación radical tanto del paisaje como de las estructuras sociales existentes. Como señala (Palacio, 2006, págs. 33-35) La llegada de los españoles significó una reconfiguración total del territorio, donde el paisaje natural y social fue completamente alterado bajo nuevos paradigmas de producción y propiedad.

Los colonizadores introdujeron un sistema agrícola fundamentalmente distinto, caracterizado por el monocultivo y la agricultura de limpia. Este nuevo modelo productivo se complementó con la implementación de cercados, que materializaban el concepto europeo de propiedad privada, ajeno a las concepciones territoriales muisca. Los españoles también trajeron consigo cultivos foráneos: cereales europeos, hortalizas y frutales, además de ganado y otros animales domésticos. Como argumenta (Carrizosa Umaña, 2014, págs. 229-239) La praderización de la Sabana de Bogotá constituye uno de los ejemplos más claros de transformación ecológica colonial, donde un ecosistema de bosques altoandinos fue sistemáticamente convertido en praderas para el pastoreo. Este proceso de "sabanización" transformó radicalmente un paisaje que anteriormente estaba dominado por densos bosques altoandinos de planicie. La modificación del paisaje natural fue paralela a profundos cambios sociales. Según (Patiño Millán, 2002) La destrucción de la territorialidad precolombina no solo implicó cambios en el uso del suelo, sino también el desmantelamiento de todo un sistema de relaciones sociales y culturales vinculadas al territorio.

La fundación de Fontibón, aunque carece de un acta formal, se enmarca entre los años 1594, cuando la documentación de la época colonial y los estudios de la Academia Colombiana de Historia sitúan su origen. La ciudad, que inicialmente tuvo una función agrícola, comenzó a adquirir relevancia en el ámbito comercial y logístico debido a su ubicación estratégica en la sabana de Bogotá, como punto de conexión entre importantes municipios de la región. Este proceso se consolidó a través de los caminos que, durante siglos, fueron testigos del tránsito de carretillas portadoras de mercancías y mensajes de los

encomenderos. Elementos emblemáticos de la localidad, como el puente de San Antonio, la casa del cacique Hyntiva (hoy Casa de la Cultura) y la catedral Santiago Apóstol, son guardianes de este pasado histórico, reflejando la carga simbólica que acompaña la historia colonial de la región.

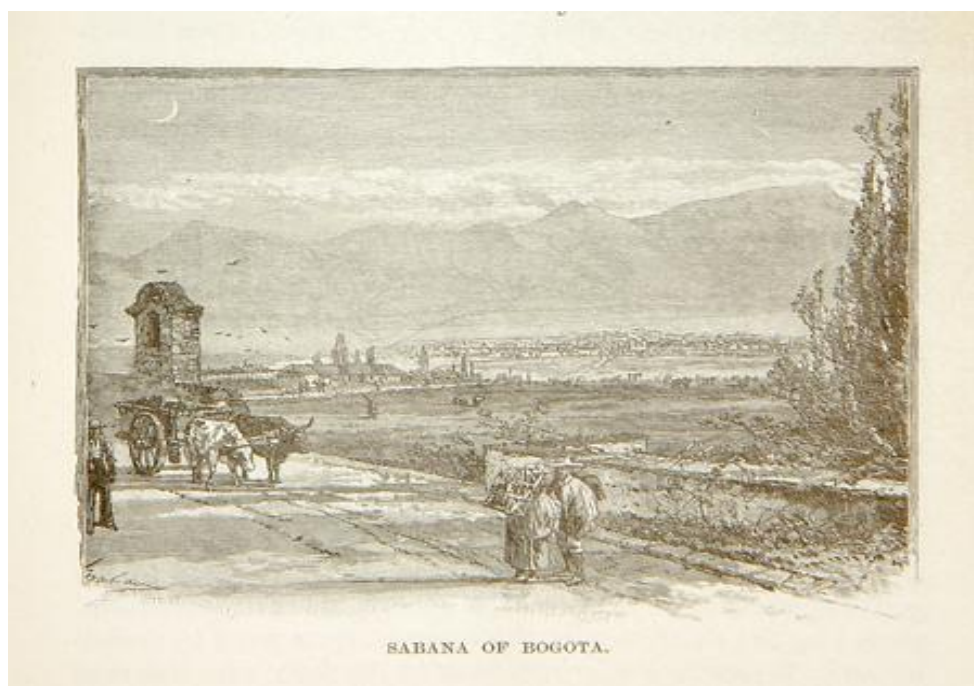
Estos sitios han contribuido a la preservación de un paisaje sabanero occidental que, desde su plaza fundacional hasta sus primeras construcciones, resguarda los procesos de colonización, evangelización y explotación que marcaron el territorio. De este modo, la reconfiguración de Fontibón, que pasó de un entorno agrícola a un centro de recepción y almacenaje, refleja no solo la transformación del paisaje físico, sino también las dinámicas sociales y comerciales que se desplegaron en el siglo XVI y XIX. Este contexto histórico es clave para comprender la evolución del municipio y, en particular, su integración a la ciudad de Bogotá, un tema que se abordará en el próximo capítulo, donde se examinarán las transformaciones del sector agroalimentario y los nuevos formatos comerciales que han impactado las dinámicas de consumo locales.

4.3. Fontibón desde los hitos urbanísticos de la época Colonial.

La configuración social y ambiental de la vida colonial en Fontibón, enmarcada dentro de su relevancia agrícola, puede entenderse a partir de la transformación del uso del suelo, especialmente en una región que sirvió como punto estratégico de conexión agrícola y comercial con otros municipios de la Sabana de Bogotá. Su ubicación permitió el tránsito de mercancías agrícolas y comunicaciones relacionadas con la encomienda, reflejando la importancia de los caminos coloniales en el desarrollo económico de la zona.

La imagen histórica de una carretilla cruzando el puente de San Antonio, capturada en un grabado de 1888, ilustra cómo este espacio, además de ser un punto de paso, era fundamental en la circulación de productos agrícolas. Los caminos y estructuras como el puente de San Antonio, la Casa del Cacique Hyntiva (hoy Casa de la Cultura) y la Catedral Santiago Apóstol, son ejemplos de hitos urbanísticos que, más allá de su valor simbólico y arquitectónico, reflejan una historia agrícola de intercambio y producción. Estos lugares,

conectados al uso del suelo agrícola y al comercio de productos, siguen siendo testigos de la transformación del paisaje sabanero, en el que la actividad agrícola fue el motor principal de las dinámicas sociales y económicas locales.



Grabado 1.



Grabado 2.

Grabado 1: En blanco y negro, **titulada Sabana de Bogotá**, se observa en primera instancia una carretilla que cruza hacia la sabana de Bogotá por la ruta del puente de San Antonio, una elevación lateral sobre el puente se ve al final del camino, en el fondo los cerros orientales **Grabado 1**.

Grabado 2.

Grabado 1: En blanco y negro, **titulada Sabana de Bogotá**, se observa en primera instancia una carretilla que cruza hacia la sabana de Bogotá por la ruta del puente de San Antonio, una elevación lateral sobre el puente se ve al final del camino, en el fondo los cerros orientales (Curtis, 1888).

Grabado 2: En una escala de grises entre el blanco y el negro, con la técnica de grabado se representa el puente de ⁴San Antonio (Ruta de Bogotá), las dimensiones originales de la obra son de 7,9cm x 11,8 cm. Se observa una elevación con respecto al flujo del agua y en la mitad del camino sobre sale una pequeña pila tallada. (Édouard, 1885)



⁴ El puente de San Antonio fue construido por el Oidor como parte de una ruta que comprendía el camino real hacia la ciudad de Santa Fe, como una ruta necesaria para visitar a su novia, pero resulto siendo muy útil, para un primer acceso a las casas de los hacendados en esta zona.

***Fotografía 1:** Fotografía obtenida de Google Maps en ella se observa en dirección Sur - Norte, en su costado la única pila tallada desde a plena vista desde su creación. (Google, Google Maps, 2023).*

El legado agrícola de la región muisca fue desplazado por las exigencias coloniales que transformaron el paisaje en función de las nuevas estructuras económicas y sociales impuestas por los colonizadores. Aunque originalmente este territorio estaba marcado por su potencial agrícola, la llegada de los colonos obligó a una reconfiguración del uso del suelo, orientada hacia la creación de rutas y caminos que centralizaran los recursos, facilitando el comercio y la explotación de la tierra. El cambio fue gradual pero inevitable, y aunque los colonos impusieron nuevas formas de organización, también reconocieron la capacidad de la región para adaptarse y sustentar estas transformaciones. La creación de caminos, como los que conectaban el occidente con el centro de Bogotá, no solo servían como rutas comerciales, sino que también respondían a la necesidad de centralizar los recursos agrícolas que anteriormente se distribuían de manera más local. En este proceso, la memoria agrícola de la región fue cedida en favor de un sistema que fortaleciera el flujo de productos y mercancías, convirtiendo los antiguos campos de cultivo en rutas de paso obligadas, sobre las cuales hoy se erigen las nuevas estructuras urbanas (Delgado Rozo, 2010, págs. 112-117).

La transición del mundo indígena al mestizaje, particularmente a través de la intervención colonial, se refleja de manera clara no solo en la arquitectura y las estructuras físicas del territorio, sino también en las prácticas alimentarias. Durante el periodo prehispánico, los pueblos muiscas de la Sabana de Bogotá habían desarrollado sistemas agrícolas complejos, como los camellones, y sostenían una dieta rica en productos como el maíz, la papa, el frijol, la quinua, además de una amplia variedad de tubérculos y frutas locales. Estos alimentos eran fundamentales en su vida diaria, y estaban profundamente conectados con su cosmovisión, donde la agricultura, la caza y la pesca no solo eran actividades económicas, sino actos simbólicos y espirituales que los unían con la tierra y sus ancestros. Sin embargo, con la llegada de los colonos, el paisaje agrícola y las prácticas alimentarias se transformaron drásticamente.

Para (Delgado Rozo, 2010, págs. 96-99) La figura de la encomienda, que permitió a los colonos tomar control de las tierras indígenas, alteró profundamente las dinámicas productivas de la región. El uso del suelo se modificó para responder a los intereses económicos coloniales, lo que llevó a una explotación intensiva de las tierras, a diferencia de la sostenibilidad con la que los pueblos muisca las habían manejado.

Hoy se conoce la calle 17 como una ruta que se bifurca de manera paralela con la calle 13, en el lugar conocido como la “Y”, casi como una entrada hacia el centro de la localidad, o salida de la capital, en el sentido oriente – occidente. La intervención colonial no solo afectó el uso del suelo, sino que también introdujo nuevos cultivos y técnicas agrícolas que, con el tiempo, modificaron la dieta local. Nuevos productos como el trigo, el arroz y la carne de res se integraron a la alimentación diaria, dando lugar a una dieta mestiza que fusionó ingredientes tradicionales indígenas con los productos traídos por los colonos. Este mestizaje culinario no solo se reflejó en los ingredientes, sino también en las técnicas de preparación de los alimentos, que se adaptaron y transformaron con el paso de los siglos. El maíz, junto con los productos traídos por los colonos, conformaron una nueva identidad gastronómica, aunque mestiza, sigue arraigada en los productos agrícolas locales.

La presencia de vestigios coloniales en el territorio, como el puente de San Antonio y la Casa de la Cultura en Fontibón, sirve como testimonio de este proceso de transformación. Estos puntos estratégicos, que alguna vez formaron parte del Camino Real, simbolizan los cambios en el uso del suelo y la centralización de los recursos agrícolas. La construcción del "Puente Grande", por ejemplo, no solo responde a las necesidades de conectividad para el comercio, sino que también revela cómo las rutas comerciales se expandieron para integrar los productos agrícolas de la región con el centro económico de Bogotá, facilitando el intercambio y la distribución de los alimentos. Esta reorganización del espacio y los recursos afectó directamente la manera en que los alimentos se producían, distribuían y consumían en la región. Así, a pesar de las profundas transformaciones físicas y sociales sufridas por el territorio, los hábitos alimenticios continúan siendo una parte esencial de la identidad local, creando un puente entre el pasado agrícola y el presente urbano. El análisis de estas

transformaciones, tanto territoriales como alimentarias, es clave para entender cómo el mestizaje y las políticas coloniales no solo alteraron el paisaje, sino que también moldearon las costumbres que hoy definen la vida cotidiana de los habitantes de Fontibón.



Fotografía 2



Fotografía 3

Fotografía 2: Una captura en perspectiva, el Puente Grande de la Virgen de Atocha ubicado en el límite de Fontibón sobre el río Bogotá en sentido oriente-occidente , a la altura de la calle 13 con la Avenida calle 17 (Restrepo, 2013)

Fotografía 3: Una mujer posa a orillas del río, detrás la vista que capta el reflejo del río Bogotá. En él se aprecia el Puente Grande de la Virgen de Atocha. Este puente de siete arcos fue construido en el siglo XVII, sobre el río Funza (Río Bogotá), en Fontibón, en aquel entonces pueblo de indios. Fue un punto importante en el desarrollo del camino que de Bogotá conduce hacia Honda. Actualmente (2017), se conservan las bases de este puente que fue declarado bien de interés cultural, mediante Decreto 1584 del 11 de agosto de 1975



Fotografía 4: Descripción, vista de la Catedral Santiago Apóstol (Culuccini, 1617), la fotografía hace parte del registro oficial de la alcaldía Local de Fontibón. (Desconocido).

La transición del mundo indígena al mestizaje, en el caso de Fontibón, también se ve reflejada en las transformaciones del territorio agrícola y en la forma en que los alimentos autóctonos se integraron en la nueva estructura social y económica impuesta por los colonizadores. Los muiscas, con su conocimiento profundo del paisaje y su habilidad para

desarrollar sistemas agrícolas como los camellones, tenían una relación simbiótica con la tierra, donde la agricultura no solo era fuente de sustento, sino también de conexión espiritual y comunitaria. Al llegar los colonos, esta relación se vio alterada por la introducción de nuevos cultivos y técnicas agrícolas, como el trigo, el arroz y el ganado, que poco a poco se fueron integrando en la dieta diaria, junto con los alimentos originarios como el maíz, la papa, el frijol y la quinua (Delgado Rozo, 2010, pág. 77).

A medida que los españoles impusieron el sistema de encomiendas, que les daba control sobre las tierras y los recursos agrícolas de los pueblos indígenas, los mercados se convirtieron en un espacio crucial en la reorganización del territorio y la economía. Estos mercados, inicialmente locales y agrícolas, comenzaron a tener un carácter más estructurado bajo la influencia colonial, y se convirtieron en un lugar clave para la comercialización de los productos tanto indígenas como traídos de Europa.

(Delgado Rozo, 2010, pág. 80). La creación de rutas comerciales, como las que conectaban los recursos agrícolas de la Sabana de Bogotá con el centro económico de la capital, permitió que estos nuevos productos llegaran a diferentes partes de la región, facilitando el mestizaje tanto en términos culturales como alimenticios. La incorporación de productos europeos como el trigo y el arroz a la dieta local, por ejemplo, fue complementada con los cultivos tradicionales de los muisca, dando lugar a una gastronomía mestiza que sigue siendo parte del legado cultural de la región. Este mestizaje alimentario no solo se reflejó en los mercados, donde se intercambiaban estos productos, sino también en la organización de las comunidades, ya que la división del trabajo agrícola entre colonos e indígenas terminó por reconfigurar las dinámicas de poder y producción, consolidando una nueva estructura social basada en la explotación y el intercambio.

De esta manera, la memoria de los pueblos muisca, a través de los alimentos que cultivaban y consumían, sigue presente en las costumbres actuales. La plaza de mercado distrital de Fontibón y otras en cada localidad siguen siendo un espacio de intercambio, no solo de productos, sino también de tradiciones, que dan cuenta de esa memoria indígena y de la adaptación forzada a nuevas realidades bajo la influencia colonial. El legado agrícola, combinado con los elementos traídos por los colonos, formó una base sólida para la economía

y la gastronomía de la región, que hoy en día sigue viviendo en los sabores de los platos tradicionales que se consumen en la localidad. La preservación de estos alimentos, como el maíz, las arepas y los tamales, es un testimonio vivo de esa fusión cultural y de la memoria de un pasado que, a pesar de la alteración colonial, sigue permeando las dinámicas sociales y culinarias de la región.

(Díaz Rodríguez D. A., 2009, pág. 18) La anexión de Fontibón a Bogotá en 1954 marcó el inicio de un proceso de transformación profunda, no solo en su estructura urbana, sino también en las dinámicas comerciales y de consumo. Con la integración de este municipio en la capital, se consolidó una mayor conexión con la ciudad, lo que implicó una ampliación de los mercados locales y un cambio en la oferta de productos disponibles. El proceso de conurbación trajo consigo el crecimiento de las redes de transporte y la centralización de recursos, lo que facilitó el acceso a alimentos de distintas regiones y favoreció la integración de nuevos productos en la dieta local. A medida que la población aumentaba y se diversificaba, las necesidades alimentarias también cambiaron, impulsando una mayor variedad de opciones en las plazas de mercado y tiendas locales. Este fenómeno no solo reflejó un mestizaje cultural, sino también un mestizaje alimentario, en el que los productos autóctonos como el maíz, la papa y la quinua coexistieron con los nuevos insumos provenientes de las zonas rurales circundantes y de otros territorios. Con la modernización de los sistemas de transporte y el creciente intercambio comercial, las tradiciones alimentarias se transformaron, pero al mismo tiempo se mantuvieron vivas, fusionando sabores e ingredientes indígenas con aquellos traídos por la expansión urbana y la centralización comercial.

La transformación de Fontibón durante la segunda mitad del siglo XX marcó un cambio radical en su estructura, pasando de un paisaje rural a uno urbano, un proceso que involucró la desaparición de los vastos terrenos agrícolas que definían la localidad. Esto, acompañado de un incremento en la población y la reorganización de actividades productivas hacia la industria y el comercio, cambió no solo la fisonomía del municipio, sino también sus dinámicas económicas y sociales. En este contexto, la apertura de plazas de mercado se convirtió en un pilar clave para articular la vida económica local, permitiendo la

comercialización de productos tanto autóctonos como importados, mientras se mantenía la conexión entre los mercados campesinos y la economía popular. Este proceso, más allá de ser una simple adaptación a la urbanización, reflejó una dinámica compleja de poder, lucha por el espacio público y transformación de las relaciones sociales. (Díaz Rodríguez D. , 2009, pág. 32).

La Plaza de Mercado, como centro de intercambio, no solo fue un reflejo de los cambios socioeconómicos, sino también de la memoria histórica que persiste desde la época precolonial, cuando los pueblos indígenas ya se organizaban para intercambiar sus productos agrícolas en mercados locales. El mestizaje alimentario, que se había consolidado con la llegada de los colonos, siguió marcando la pauta en las plazas, al integrar productos autóctonos como el maíz, la papa y la quinua, con aquellos traídos desde Europa y África, como el trigo, el arroz y el ganado. Esta evolución culinaria, ligada a las nuevas dinámicas comerciales, consolidó una identidad mestiza que aún persiste en las costumbres y hábitos alimentarios de la región.

En este proceso, la Plaza de Mercado se erige como un símbolo de resistencia y adaptabilidad, donde la influencia de la administración colonial en términos de comercialización de productos sigue vigente, pero también se enfrenta a nuevos desafíos como la falta de regulación urbana, la presión por el aumento de costos de los arriendos y las tensiones sociales entre los trabajadores y las autoridades locales. La plaza se convierte, entonces, en un espacio de negociación entre lo público y lo privado, donde las luchas por el espacio, las dinámicas de poder y las relaciones de confianza entre vendedores y clientes siguen jugando un papel fundamental en la estructuración del tejido social de Fontibón. A través de este análisis, podemos entender cómo, a lo largo del tiempo, los espacios de intercambio comercial han sido un reflejo directo de los cambios históricos y sociales que han configurado la identidad de la localidad, desde su origen indígena hasta su integración en la gran Bogotá contemporánea.

La transición del mundo indígena al mestizaje, particularmente a través de la intervención colonial, se refleja de manera clara no solo en la arquitectura y las estructuras

físicas del territorio, sino también en las prácticas alimentarias. Durante el periodo prehispánico, los pueblos muisca y otras comunidades indígenas de la Sabana de Bogotá desarrollaron sistemas agrícolas complejos, como los camellones, y sostenían una dieta basada en productos como el maíz, la papa, el frijol, la quinua y una variedad de tubérculos y frutas locales. Estos alimentos no solo formaban parte de su sustento diario, sino que estaban profundamente conectados con su visión del mundo, donde la agricultura, la caza y la pesca no eran solo actividades económicas, sino actos simbólicos y espirituales que vinculaban a las comunidades con la tierra y sus ancestros.

Sin embargo, con la llegada de los colonos, el paisaje agrícola y las prácticas alimentarias de los pueblos indígenas se transformaron radicalmente. (Delgado Roza, 2010, pág. 99) La figura de la encomienda, impuesta por los conquistadores, permitió que los colonos tomaran control de las tierras indígenas, modificando el uso del suelo y las dinámicas productivas de la región. La intervención de los colonos, que trajeron consigo nuevos cultivos, técnicas agrícolas y modos de consumo, generó un mestizaje cultural que también afectó la dieta de la población. Al mismo tiempo, el colonialismo implicó la reorganización de los recursos naturales y agrícolas para ajustarlos a los intereses económicos de los colonos, lo que llevó a una explotación intensiva de las tierras que antes habían sido utilizadas de manera más sostenible por las comunidades indígenas.

A medida que los procesos de mestizaje se fueron consolidando, los productos agrícolas indígenas fueron incorporados en una dieta colonial que también comenzó a incluir nuevos alimentos traídos de Europa y África. El maíz, el trigo, el arroz, la carne de res y las nuevas técnicas culinarias se sumaron a los ingredientes tradicionales, generando una gastronomía mestiza que aún perdura en las comidas cotidianas de la región. Esta transformación culinaria, al igual que la modificación del paisaje, refleja un cambio profundo en las relaciones entre los pueblos indígenas, los colonos y la tierra, pero también marca el principio de una memoria que sigue viva a través de la comida, aún en las dinámicas urbanas y comerciales de la región. (Daza Martínez, 2013, pág. 19).

La presencia de elementos coloniales, como el puente de San Antonio y la Casa de la Cultura en Fontibón, sirve como testimonio de estos cambios. Estos lugares, que alguna vez fueron puntos estratégicos en el camino real, hoy preservan las huellas de un pasado donde los territorios agrícolas fueron forzosamente modificados. La construcción del “Puente Grande”, por ejemplo, no solo refleja la ingeniería colonial, sino también la necesidad de crear rutas de comercio que conectaran los recursos agrícolas de la región con el centro económico de Bogotá. Este proceso de conectividad también tuvo un impacto directo en la forma en que los alimentos se distribuyeron y se comercializaron, y cómo las dietas locales se diversificaron con la incorporación de nuevos productos y técnicas de preparación.

El mestizaje alimentario, así como el mestizaje cultural y social, continúa siendo parte esencial del panorama de Fontibón y sus alrededores. La comida, como parte del tejido cultural de la región, sigue siendo un testimonio de la compleja interacción entre lo indígena y lo colonial. A pesar de las transformaciones físicas y sociales, los sabores y los ingredientes originarios de la región perduran en la dieta cotidiana, creando una continuidad entre el pasado agrícola de los pueblos muisca y la actual vida urbana. El análisis de estos cambios, tanto en el ámbito territorial como en el alimentario, es clave para entender cómo el mestizaje y las políticas coloniales no solo alteraron el paisaje, sino que también moldearon las costumbres y hábitos alimenticios que siguen presentes en la vida de Fontibón y en la memoria colectiva de sus habitantes.

Es importante inmiscuir en las dinámicas administrativas junto a las normativas que surgen luego de la primera mitad del siglo XX, en cuanto a la densificación demográfica, la restructuración de las casas, la búsqueda de materiales y algo más de trabajo que solventara los gastos, asumiendo la mano de obra de sus propios hogares. El método aplicado fue postular planes organizacionales mal intencionados. La creación del Distrito Especial y la anexión de los 6 municipios a Bogotá se dio amparada en el estado de Sitio declarado por el gobierno de Gustavo Rojas Pinilla, quien obtuvo facultades sobre el poder ejecutivo para reorganizar entidades aunque las medidas legales eran claras, los entes territoriales no se vieron afectados por problemas de orden público en ninguno de los 6 municipios anexados.

La anexión ignoró los requisitos exigidos por la ley 71 de 1916 para la supresión de municipios, invalidando la población del municipio a suprimir que no era mayor a 3.000 habitantes, y sus rentas eran lejanas a una situación de insuficiencia como para no cubrir la mitad de los gastos, ósea no habían quebrado ni puesto en riesgo su uso del suelo. Lo cierto es que el gobierno de Rojas Pinilla estaba pensando en la incorporación de los municipios con la intención de crear la pista de aterrizaje del aeropuerto El Dorado. Bueno esto se suma a los apuntes de (Díaz Rodríguez D. A., 2009, pág. 18) En lo que señala la creación del Distrito Especial se dio junto al abandono de los planes regulatorios que urbanistas como Le Corbusier⁵, Wiener⁶ y Sert⁷ habían propuesto, y que aconsejaban limitar el crecimiento de la ciudad y regular la urbanización. La posterior inacción estatal permitió a los propietarios de tierras en los municipios anexados parcelar y lotear sus propiedades sin atenerse a los más mínimos requerimientos urbanísticos.

(García Ramírez, 2017, pág. 14) La creación de las plazas de mercado en 1861, impulsada por el decreto de Tomas Cipriano de Mosquera, refleja una respuesta política y administrativa al crecimiento de las ciudades, pero también puede verse como un reflejo de los procesos económicos y urbanos que estaban en marcha. En ese contexto, la construcción de centros de mercado no solo fue un intento de organizar y controlar el comercio de productos de la canasta familiar, sino también una estrategia para regular el espacio público y el flujo de bienes en un momento clave de expansión urbana y territorial. Esta medida respondía a la necesidad de consolidar el control sobre las actividades comerciales, en un escenario donde el crecimiento de las ciudades comenzaba a verse como una oportunidad para generar ingresos a través de la recaudación de impuestos y la regulación del comercio.

⁵ Arquitecto francés de origen suizo que fue, junto a Walter Gropius, el principal protagonista del renacimiento arquitectónico internacional del siglo XX. (Urbipedia Magazine, Papeles de Arquitectura y Urbanismo N.º 10).

⁶ Paul Lester Wiener (Leipzig, 2 de mayo de 1895 - Múnich, 16 de noviembre de 1967) fue un arquitecto y urbanista estadounidense de origen alemán. (Urbipedia Magazine, Papeles de Arquitectura y Urbanismo N.º 9).

⁷ José Luis Sert López (Barcelona, 1 de julio de 1902 - id. 15 de marzo de 1983) titulado en la Escuela Superior de Arquitectura de Barcelona en 1928, fue uno de los más destacados de la llamada segunda generación de arquitectos contemporáneos. (Urbipedia Magazine, Papeles de Arquitectura y Urbanismo N.º 12).

A partir de 1861, la gobernanza urbana comienza a cambiar, ya que la creación de estas plazas refleja el comienzo de un proceso más amplio de urbanización. Esta misma dinámica de expansión territorial sería la que posteriormente marcaría el proceso de conurbación a mediados del siglo XX, donde el crecimiento de las ciudades, especialmente Bogotá, estaría marcado por un modelo que no solo se preocupaba por el bienestar urbano, sino que también respondía a las presiones y lógicas de los mercados internacionales, donde las asesorías y estrategias de organismos como el BID⁸ y FMI⁹ empezarían a tener un papel clave.

La creación de las plazas, inicialmente concebida como un esfuerzo por organizar el comercio local y mejorar la infraestructura urbana, fue también un precursor de las dinámicas que, más tarde, se intensificarían con la expansión urbana sin planificación adecuada. La posterior inacción estatal y la falta de regulaciones estrictas en la parcelación de terrenos reflejaron una tendencia a priorizar el crecimiento descontrolado y los intereses privados sobre el bienestar colectivo.

⁸ El Grupo del Banco Iberoamericano para el Desarrollo (BID) creado el 8 de Abril de 1959, se presenta como una institución dedicada a articular el desarrollo en los países miembros prestatarios mediante la formulación de Estrategias de País. Sin embargo, en la práctica, estas estrategias, aunque parecen adaptarse a las prioridades nacionales, a menudo se ven condicionadas por las directrices de la Estrategia Institucional del propio Banco. Es decir, las prioridades de los países en desarrollo se ven frecuentemente subordinadas a los intereses y objetivos que promueven las élites financieras globales y las corporaciones multinacionales que dominan los mercados internacionales. Las estrategias sectoriales que desarrollan los departamentos técnicos del Banco, aunque presentadas como soluciones a problemas específicos, están impregnadas de un enfoque que favorece la privatización, la liberalización del mercado y la reducción de los espacios para políticas públicas que favorezcan el bienestar colectivo. Así, el BID refuerza un modelo económico que sigue priorizando los intereses de las grandes corporaciones y actores financieros, a expensas de las necesidades sociales y ambientales de los pueblos.

⁹ el Fondo Monetario Internacional (FMI), cuyo objetivo es promover el crecimiento y la prosperidad sostenibles para sus 190 países miembros, se presenta como un defensor de la estabilidad financiera y el bienestar económico global. Sin embargo, en la práctica, las políticas impulsadas por el FMI suelen favorecer la estabilidad financiera de los grandes actores internacionales, a costa de imponer ajustes estructurales y reformas económicas que profundizan la desigualdad y precarizan las condiciones de vida de las poblaciones más vulnerables. Las misiones del FMI se traducen en la imposición de medidas de austeridad, recortes en el gasto público y la privatización de servicios esenciales. Esto genera un escenario en el que las políticas diseñadas para asegurar el crecimiento económico global se priorizan sobre las necesidades reales de las personas y las economías locales, donde el bienestar de las grandes corporaciones internacionales y los intereses financieros se anteponen a los intereses colectivos y al desarrollo sostenible.

Este mismo patrón, alimentado por la intervención de organismos internacionales que promovían la privatización y la expansión urbana en función de los intereses financieros globales, tiene eco en las políticas de desarrollo y urbanización del siglo XX, consolidando una relación entre el espacio público, la comercialización y los intereses económicos que aún perdura en la actualidad. Queda claro, tanto la creación de las plazas de mercado en 1861 como las políticas urbanas posteriores reflejan la transformación de las ciudades en espacios de expansión económica, donde los intereses privados y las lógicas de mercado empezaron a prevalecer, dejando de lado las necesidades colectivas y el bienestar social.

V. LA COMIDA Y LA PROGRESIVA CONSOLIDACION DE LA PLAZA LOCAL DE FONTIBON.

Este apartado presenta la transformación que ha experimentado la localidad de Fontibón, analizada a través de la evolución del rol que ha jugado la comida en la comunidad. Al principio, el relato histórico parece algo reiterativo debido a la transversalidad entre el desarrollo de las problemáticas que se asocian a progresiva consolidación de la plaza, ya que las dinámicas que marcaron la creación y crecimiento de la plaza no se han documentaron de manera uniforme ni clara. Claro está, con la colaboración de las y los vivanderos de la plaza, ha sido posible hilar una narrativa coherente que permite comprender la progresiva construcción de la plaza, no solo desde una perspectiva histórica, sino también desde lo cultural e identitario, elementos que han sido recolectados a lo largo de generaciones.

Fundada a mediados del siglo XX, la Plaza de Fontibón se erige como un punto clave en el proceso de transición de una dinámica agrícola tradicional hacia un modelo urbano e industrializado. Desde sus inicios, la plaza no solo funcionó como un centro de intercambio de productos, sino que también se convirtió en un espacio que reflejaba las tensiones entre la producción agrícola local y las nuevas fuerzas comerciales que comenzaban a consolidarse en la región.

A medida que las políticas de urbanización e industrialización avanzaban, la Plaza de Fontibón fue testigo de cómo los alimentos, antes concebidos como bienes agrícolas sencillos, fueron transformados en productos de consumo controlados por grandes redes de distribución y corporaciones internacionales. Este proceso no solo transformó el paisaje económico de la localidad, sino que también marcó un cambio profundo en las relaciones sociales y culturales vinculadas a la alimentación, revelando cómo el flujo de los alimentos se ha reconfigurado a lo largo del tiempo, desde un modelo más local y autónomo hacia uno de dependencia y globalización. Este cambio en la Plaza no fue aislado, sino parte de un proceso mayor impulsado por la expansión de la ciudad y la integración de Fontibón a Bogotá en 1954, cuando la estructura económica local se modificó profundamente.

Con el paso de las décadas, la Plaza de Fontibón se convirtió en un reflejo directo de la evolución de los hábitos alimentarios y las prácticas comerciales. En lugar de ser un centro de comercio campesino como lo fue en sus primeros años, la plaza pasó a ser un espacio donde la comida comenzó a ser vista más como una mercancía dentro de una economía globalizada, subordinada a los intereses comerciales y las dinámicas del mercado, alejándose de sus raíces agrícolas locales.

A lo largo del siglo XX, la globalización y el consumismo transformaron la comida en un elemento clave para la segmentación de mercados. En Colombia, esta transformación tiene raíces profundas que se remontan al siglo XIX, cuando el país transitó de la época colonial a su independencia. La economía colombiana evolucionó gradualmente desde un modelo basado en agricultura de subsistencia y minería hacia uno más diversificado y comercial. Por su parte, la expansión cafetera transformó fundamentalmente la estructura alimentaria colombiana en varios niveles: introdujo nuevos cultivos asociados al café como plátano y frutales, generó excedentes económicos que permitieron importar alimentos, creó una clase de pequeños y medianos productores con nuevo poder adquisitivo, y estableció redes comerciales que facilitaron la distribución de productos alimenticios. Este desarrollo también impulsó la monetización de la economía rural, permitiendo que los campesinos transitaran de la agricultura de subsistencia a una participación más activa en el mercado de alimentos (Ocampo, 1987, págs. 195-220).

La incorporación del café como motor económico no solo estableció las bases de infraestructura ferroviaria, sino que definió el patrón de desarrollo urbano colombiano. Bogotá, Medellín y Cali emergieron como centros estratégicos de consumo masivo gracias a su ubicación privilegiada en la red ferroviaria: el Ferrocarril del Pacífico conectó Cali, el del Atlántico a Medellín, mientras diversas líneas convergían en Bogotá. Esta infraestructura de transporte, combinada con la rápida industrialización que generó una masa crítica de consumidores asalariados, sentó las bases para la posterior expansión de multinacionales y supermercados, consolidando un nuevo sistema alimentario urbano que profundizó las disparidades socioeconómicas en el acceso y consumo de alimentos. Este proceso fue acompañado por una creciente urbanización, aunque más lenta que en otros países latinoamericanos, comenzó a crear una brecha entre los productores rurales y los

consumidores urbanos. Paralelamente, la industrialización incipiente y la mejora en los sistemas de transporte, como la expansión del ferrocarril, facilitaron la distribución de alimentos a mayor escala y distancia. (Montenegro & Ocampo, 2007, págs. 42 - 386).

La transformación alimentaria en Colombia se intensificó en el siglo XX con la llegada de empresas multinacionales post-Segunda Guerra Mundial, que introdujeron alimentos procesados y nuevas técnicas de mercadeo, alterando la dieta tradicional. La Violencia de los años 50 aceleró la migración rural-urbana, mientras que la apertura económica de los 70 integró al país en el mercado alimentario global. El panorama alimentario actual refleja profundas contradicciones: las cadenas de supermercados, comida rápida internacional y gastronomía gourmet coexisten con problemas persistentes de malnutrición. La apertura económica de los años 90 aceleró este proceso, introduciendo una avalancha de productos importados que cambiaron drásticamente el panorama alimentario colombiano. Los alimentos procesados y las cadenas de comida rápida ganaron terreno, especialmente entre la población urbana, mientras que los alimentos tradicionales y locales empezaron a ser vistos como "de poco valor" o "para pobres". Esta dicotomía no solo reflejaba, sino que profundizaba las brechas socioeconómicas existentes. La industria alimentaria y las grandes cadenas de supermercados se consolidaron, aplicando sofisticadas estrategias de marketing que transformaron la comida en un símbolo de estatus y estilo de vida (Colorado, 2010, pág. 48).

Paralelamente, el conflicto armado y el desplazamiento forzado tuvieron un impacto significativo en la producción y distribución de alimentos en muchas regiones del país. La relación entre el conflicto armado y la producción alimentaria en Colombia tiene raíces históricas profundas. El sector agrícola ha sido marcado por dinámicas de poder que se remontan a la época colonial, donde la esclavitud y las estructuras de dominación territorial sentaron las bases de un control férreo de la tierra y los recursos. Con el tiempo, los grupos paramilitares, en alianza con terratenientes y algunos sectores empresariales, establecieron dominio sobre zonas agrícolas estratégicas. Este control no solo afectó la tierra, sino que también se extendió a las cadenas de distribución alimentaria. Los grandes productores y distribuidores operaban bajo la "protección" de grupos armados, desplazando a los pequeños agricultores y comerciantes. Esta concentración del poder en manos de actores violentos y

económicos acentuó la vulnerabilidad de las comunidades rurales y profundizó las desigualdades en el acceso a alimentos.

Estas plazas no solo funcionaban como centros de distribución, sino también como espacios culturales donde se mantenían vivas las tradiciones culinarias regionales. Sin embargo, también reflejaban las contradicciones del sistema alimentario colombiano: por un lado, buscaban democratizar el acceso a alimentos frescos y de calidad, pero por otro, a menudo reproducían las mismas dinámicas de segmentación y exclusión presentes en el mercado más amplio. La evolución de estas plazas a lo largo del tiempo ha sido un reflejo de las tensiones entre la modernización económica, la preservación cultural y los esfuerzos por garantizar la seguridad alimentaria en un contexto urbano cada vez más complejo (Colorado, 2010, pág. 45).

Hoy en día, comprender quiénes comen, qué comen y por qué lo comen en Colombia requiere una visión que reconozca la compleja evolución histórica de los sistemas alimentarios en el país. Los alimentos y la comida han pasado de ser simples elementos de subsistencia a indicadores de tendencias económicas, sociales y culturales. En este sentido, las estadísticas sobre el acceso a la comida en Colombia destacan las persistentes desigualdades en la distribución de alimentos adecuados. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), más del 30% de la población colombiana vive en condiciones de inseguridad alimentaria, y cerca del 20% de los hogares no tienen acceso a una canasta básica saludable, lo que refleja las disparidades sociales y económicas que afectan tanto a áreas rurales como urbanas (DANE, 2023). Esta situación pone de manifiesto cómo las desigualdades socioeconómicas siguen influyendo en el acceso de la población a alimentos nutritivos y culturalmente apropiados, afectando gravemente la seguridad alimentaria en muchas regiones del país.

La creación de espacios propios y contextuales para la comida, como las plazas de mercado, resulta fundamental en este panorama. Estos espacios, concebidos desde una perspectiva de horizontalidad, pueden transformarse de acuerdo con las necesidades del grupo humano que los habita, adaptándose a las dietas estacionales y a los ciclos naturales. No se trata solo de abordar las desigualdades materiales que se evidencian en los productos

sociales, sino también de visibilizar los conflictos territoriales y socioeconómicos que marcan la producción y distribución de alimentos. Estos espacios representan un proceso de aprendizaje y adaptación constante, donde se buscan estrategias para mejorar el acceso a alimentos frescos y saludables. En este contexto, el acceso y distribución de alimentos están estrechamente vinculados a las estructuras socioeconómicas que perpetúan los patrones de desigualdad en Colombia. La lógica comercial, impulsada por la mercadotecnia, ha transformado los patrones alimentarios, donde factores económicos prevalecen a menudo por encima de consideraciones nutricionales y culturales (Montenegro & Ocampo, 2007).

Este enfoque ha desplazado a los alimentos locales y frescos en favor de los productos industrializados, contribuyendo a la segmentación del mercado alimentario y al aumento de las desigualdades en el acceso a alimentos adecuados. Este fenómeno plantea desafíos para la política alimentaria y de salud pública en Colombia, que requiere un enfoque integral que equilibre las demandas del mercado con las necesidades de una alimentación saludable y culturalmente apropiada para todos los colombianos. A lo largo de las últimas décadas, las dinámicas alimentarias en Colombia han sido marcadas por una serie de transformaciones que han afectado profundamente tanto a los productores como a los consumidores. Estas transformaciones no solo han modificado la estructura del mercado, sino que han condicionado la vida diaria de quienes trabajan en los mercados, expuestos a los vaivenes de las políticas económicas, los cambios en las tarifas arancelarias y las fluctuaciones del mercado interno y externo.

Lo confirma, (Montenegro & Ocampo, 2007) Los efectos de la apertura económica de los años 90, la introducción de productos importados y el crecimiento de cadenas de distribución globales han tenido repercusiones significativas en las dinámicas locales, reconfigurando la forma en que se producen, distribuyen y consumen los alimentos en el país. En este contexto, las personas que han sido testigos de estas transformaciones, desde los productores en el campo hasta los comerciantes en las plazas, poseen una perspectiva única sobre los desafíos y las oportunidades que enfrentan diariamente. Por su parte, las entrevistas que siguen brindan una oportunidad para comprender de manera más profunda cómo estos actores, a través de sus experiencias y vivencias, han vivido las repercusiones de un sistema alimentario cada vez más globalizado. Ellos, los protagonistas de este entramado de

producción y consumo nos ofrecen una visión desde el interior de los mercados, revelando las tensiones que surgen al estar inmersos en una cadena productiva tanto nacional como internacional. A través de sus voces, se nos invita a reflexionar sobre cómo la comercialización de los alimentos y la dinámica de los mercados internacionales han influido en sus vidas, más allá de las decisiones políticas y económicas que se toman desde el exterior. Al comprender sus historias y percepciones, podemos obtener una imagen más completa de los efectos tangibles de estas transformaciones, y cómo las decisiones a nivel global afectan las realidades locales.

5.1. La memoria y la transformación del acceso alimentario en Fontibón: La plaza de mercado.

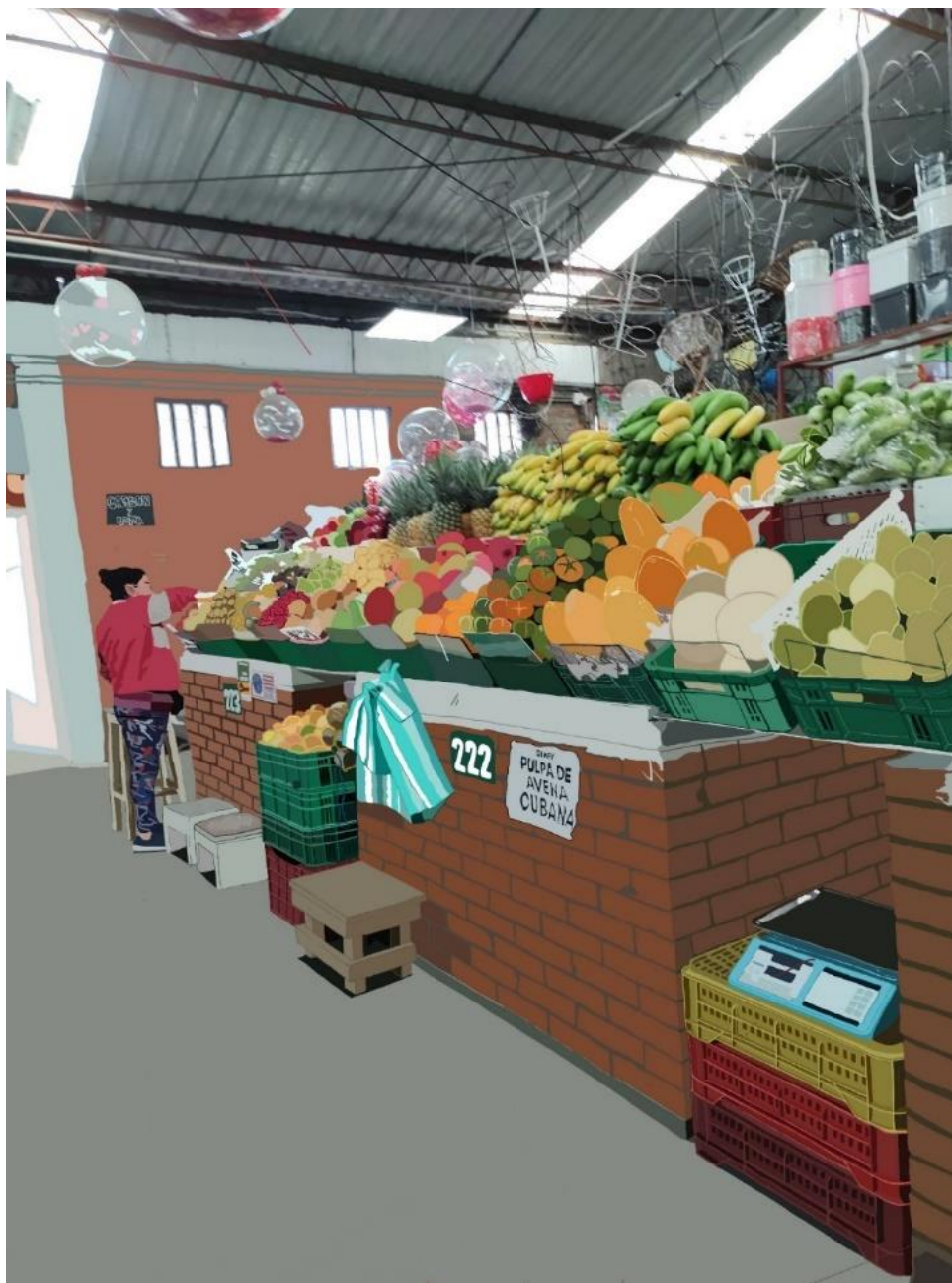


Ilustración 7: Fotografía con intervención. En ella observamos a la señora Ana lucia Solano, comerciante y vivandera del puesto 222, su mercancía agrupa las frutas de jugo, de lonchera y las pulpas procesadas, organizadas en múltiples maneras pero siempre dispuestas hacia el cliente, se ven peras, papayas, mangos, bananos, manzanas y kiwis. A su respaldo y en la parte superior derecha se alcanza a observar los posa materas del puesto correspondiente a la señora Gloria Stella Sastoque. (Espinosa Y. F., 2024)

El fuerte de este subtítulo es comprender cómo los vivanderos de la plaza de Fontibón han experimentado las transiciones desde el pasado agrícola indígena hasta el surgimiento de cocinas especializadas, las cuales han dado paso a la diversificación de platos provenientes de todas las regiones del país. Estos cambios no solo reflejan la evolución cultural y gastronómica, sino también los profundos cambios socioeconómicos que se produjeron a partir de la segunda mitad del siglo XX.

Lo que antes eran huertos familiares y solares, donde se cultivaban granos, verduras, especias para el consumo doméstico, se transformó en un modelo de comercio alimentario especializado que respondía a la creciente demanda del mercado urbano. Este proceso de transformación, ligado a la incorporación de productos de mercados externos y las nuevas dinámicas de consumo, es crucial para entender cómo la identidad alimentaria de Fontibón, tanto a nivel agrícola como gastronómico, se ha redefinido a lo largo del tiempo.



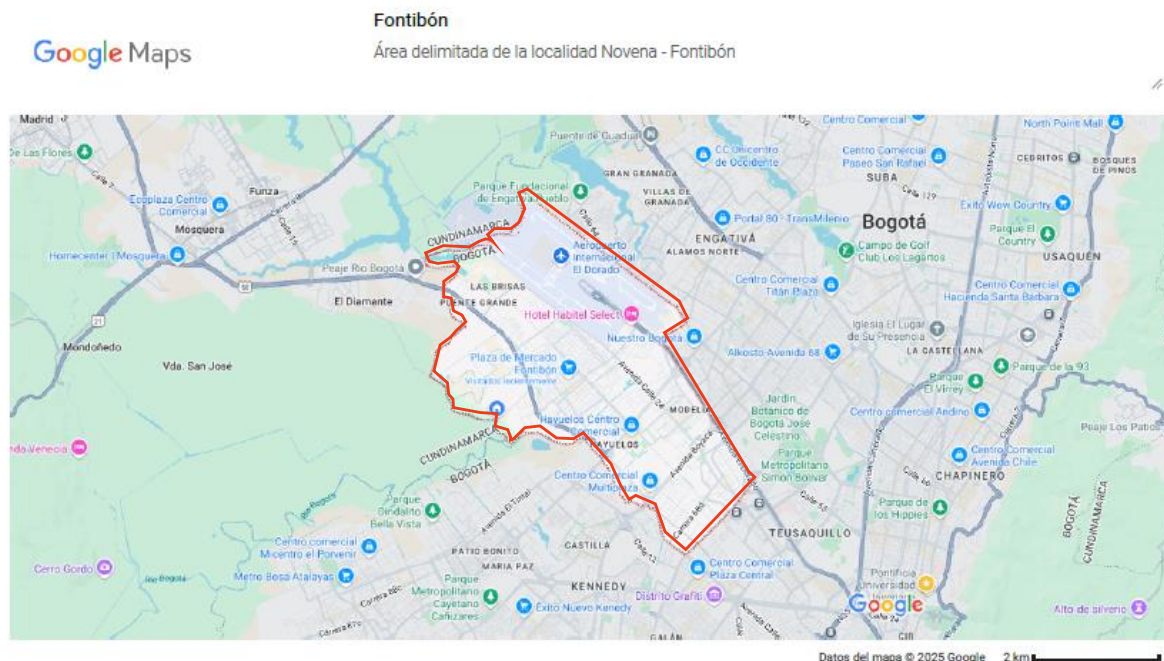
Fotografía 5: *Fotografía de la primera planta inaugurada en 1969. En ella se observa niños, señoras y señores, los primeros se ven sonrientes, las señoras con sombrero, saco y largos vestidos sostienen canastas de fique y uno que otro niño va a sus lados, por su lado los señores de traje y sombrero se concentran alrededor del fondo donde se observan los ganchos de carne de la carnicería. (Desconocido, 1969).*

Imaginemos por un momento que la plaza de mercado es como la sala de estar de una casa enorme, donde toda la familia de Fontibón se reúne. Es el lugar en el que nos ponemos al día con las últimas noticias del barrio mientras compramos las papas para el almuerzo. Siempre es allí donde te encuentras con alguien conocido y terminas charlando más de lo que pensabas. Cada conversación, cada saludo, nos une cada vez más como comunidad. Caminar por la plaza es como hojear un álbum de fotos vivo de nuestras tradiciones: tan solo con ver esas frutas por todos lados, o esas hierbas que nuestras abuelas usaban para casi todo. Cada producto tiene una historia que contar, como si fuera un pedacito de nuestro pasado que podemos tocar e incluso probar.

Cuando comencé a escribir sobre mi propia idea de la plaza, me di cuenta de que nunca me había fijado en las sensaciones que me producían los olores y sabores del lugar. Es como si toda la cultura de Fontibón se hubiera metido en una olla gigante: los vendedores ofreciendo sus productos más frescos, el aroma del cilantro recién cortado, los colores vibrantes de las frutas... Todo eso es pura música para los sentidos y nos recuerda a punta de que comida nos criaron. La plaza de mercado es el corazón de Fontibón, basta con preguntar por la plaza, y sabrás enseguida que estás hablando del centro de la localidad. Es nuestro punto de referencia, ese lugar que todos conocemos y que nos hace sentir en casa, especialmente cuando provienes de una familia que ha estado en la localidad desde antes de tu nacimiento. Con el paso del tiempo, la plaza ha cambiado, al igual que nosotros. Quizás los más veteranos de los barrios, cinco y seis generaciones atrás recuerdan cómo era antes: más pequeña o con un aspecto diferente, pero siempre siendo el mismo lugar acogedor de siempre, con baldosas de figuras amarillas y fondos rojos.

Es como si la plaza hubiera crecido junto con Fontibón, adaptándose a los nuevos tiempos, pero sin olvidar nunca de dónde viene. En general, el mercado es un espacio

animado y vibrante que brinda a la comunidad local un lugar centralizado para acceder a productos agrícolas frescos y de alta calidad, así como a comidas preparadas.



Mapa 4: Mapa de Bogotá, en él se observa la delimitación de la localidad Novena - Fontibón con respecto a la ciudad y el límite occidental con otros municipios (Google, Google Maps, 2025).

No debemos olvidar que la plaza es un pequeño cosmos en sí misma, llena de comercio y movimiento. Desde el proveedor que trae sus productos a la central de Corabastos, donde otras plazas van a surtirse a primeras horas del amanecer, hasta el transeúnte que pasa a comprar una fruta camino a casa, todos somos parte de esta gran familia. La plaza mantiene viva nuestra economía local, es el lugar donde el dinero circula entre vecinos y amigos. Lo más bonito de todo es que en la plaza cabe todo el mundo. No importa de qué parte de Fontibón vengas o si eres nuevo en el barrio, aquí todos tienen su lugar. Es como un gran abrazo que nos une a todos, recordándonos que, aunque seamos diferentes, todos formamos parte de esta comunidad tan especial.

Para comprender la evolución de la plaza de mercado de Fontibón, es fundamental escuchar las voces de quienes vivieron y trabajaron en sus primeros días. Las historias de los vivanderos son las fuentes más valiosas de esta investigación, como es el caso de la señora Ana Lucía Solano y el señor Edgar Pinzón, quien fueron los primeros en ofrecer una perspectiva invaluable sobre cómo era este espacio antes de convertirse en lo que conocemos hoy como una plaza distrital. Mucho antes de que las modernas edificaciones tomaran forma, ya existía una práctica de intercambio que formaba parte del ritmo cotidiano del barrio. El trueque y la venta de productos frescos, provenientes de los huertos familiares y las tierras cercanas, eran parte esencial de la vida en comunidad.

Los relatos de aquellos que vivieron esa transición nos permiten entender cómo el espacio pasó de ser un mercado informal, con una estructura más rústica, a un centro de comercio organizado, adaptado a las nuevas demandas urbanas. A través de sus testimonios, podemos adentrarnos en la historia de cómo la plaza de mercado de Fontibón se consolidó en un punto de intercambio vital, un lugar donde los productos y las personas se entrelazaban, creando no solo un flujo económico, sino una identidad colectiva que perdura hasta hoy. Estos relatos no solo enriquecen nuestra comprensión del pasado, sino que nos invitan a explorar cómo la plaza se ha transformado y sigue siendo el corazón de la comunidad, un espacio que continúa evolucionando con cada historia que se cuenta (Kvale, 2011, pág. 56).

Nos cuenta (Solano, 2024) sobre la propiedad del terreno donde se construyó la plaza en una historia ligada al pasado de su familia, perteneciente a la línea de los Chiguasuque, ha estado vinculada a este espacio desde tiempos ancestrales. El nombre de la familia proviene de la lengua indígena Muisca, y la historia de su conexión con la tierra es fundamental para entender cómo se proyectaron los primeros planes de construcción. "Todo esto eran lagunas y lotes, y a medida del tiempo se fue construyendo poco a poco", relata Ana Lucía. Ella recuerda cómo la plaza solía parecerse a un pequeño pueblo, con casas, huertos y jardines, algo que, lamentablemente, ya no existe hoy en día. "Lo primero que recuerdo es que estaba organizado como un parque de apariencia a pueblo por sus puesticos, pero después vino Virgilio Barco y se construyeron plantas, lo que cambió esa imagen", dice con nostalgia.

Para Ana Lucía, lo más importante es volver a lo tradicional, no olvidar sus raíces como comerciantes. Su nicho de mercado está relacionado con las hierbas, que ella y su familia abastecen desde el Samper Mendoza en los días de mercado grande, muchas veces en la madrugada o tarde en la noche. El relato de Ana Lucía Solano nos conecta con una historia más amplia sobre la transformación de la plaza. Según las fuentes históricas, fue hasta 1969, durante la alcaldía de Virgilio Barco, que se inauguró la primera planta para la venta y trueque de productos. Estos productos, que provenían tanto de los huertos de las grandes casas como de las cargas de las regiones cercanas del altiplano, eran esenciales para el abastecimiento de la capital. De acuerdo con (Pinzon, 2024), esposo de Ana Lucía, los primeros puestos de venta operaban en un potrero que se convirtió en un espacio al aire libre para el comercio de productos rurales. "En ese potrero operaban de 80 a 90 puestos. Ese espacio, que al principio parecía un mercado informal, fue transformado y reconfigurado para dar paso a una plaza más 'formal', acorde con los cánones de modernización de la época", comenta Pinzón.

La inauguración de la plaza fue un momento decisivo en la vida de Edgar Pinzón. Fue entonces cuando pudo mantener a su familia con el comercio, consolidando así su identidad como vivandero. En su relato, explica cómo surgió el término "vivandero". "Antes, éramos conocidos como los que llamaban al cliente 'marchante', a quien le ofrecíamos la ñapa. Con el tiempo, esa costumbre cambió, y ya no se pide la 'ñaapa', sino el 'encime'", explica. Esta evolución del comercio refleja cómo las tradiciones de la plaza se han adaptado a las transformaciones sociales y económicas. La Plaza de Mercado de Fontibón, a lo largo de su historia, ha experimentado un crecimiento considerable en cuanto a la cantidad de trabajadores y vendedores, lo que refleja el dinamismo de este espacio comercial. Originalmente, cuando la plaza comenzó a estructurarse en la década de 1960, los primeros vendedores eran pequeños comerciantes locales que ofrecían productos agrícolas cultivados en los huertos y solares cercanos, un reflejo de la historia agrícola de la zona. En sus primeros días, los puestos de venta no superaban los 80 a 90, y su oferta era mayoritariamente de

productos frescos, tales como hortalizas, frutas y hierbas medicinales, alineados con el estilo de vida rural de la localidad.

5.2. Rúbricas y Cimientos: La Plaza como Testigo y Fundamento del Comercio Local.

A medida que la urbanización y el crecimiento poblacional de Fontibón avanzaban, el número de puestos de venta en la plaza también se incrementó. La expansión fue especialmente notable durante la administración del entonces alcalde Virgilio Barco, quien en 1969 inauguró la primera planta de la plaza, lo que permitió una mayor organización y formalización del espacio comercial. En ese momento, el número de trabajadores asociados a la plaza comenzó a crecer, no solo en términos de vendedores, sino también en relación con los empleados que operaban en otras funciones dentro del mercado, como la celaduría, o los gestores de residuos, estos últimos debido a los puestos de comida que comenzaron a surgir como una nueva demanda de los consumidores. En las décadas siguientes, con la transformación del área en un centro urbano, el número de comerciantes en la plaza se multiplicó. Se estima que hoy en día más de 300 personas trabajan directa o indirectamente en la plaza de Fontibón, sumando no solo a los vendedores de productos frescos, sino también a aquellos encargados de la gestión administrativa, la seguridad, los servicios de limpieza y, por supuesto, los puestos de comida que han ido ganando terreno en los últimos años.

Esto ha contribuido a que la plaza se mantenga como un eje de actividad económica para la comunidad, no solo por su oferta de productos locales y frescos, sino también como un lugar de encuentro social. Este crecimiento en la cantidad de trabajadores refleja cómo la plaza ha sabido adaptarse a las nuevas realidades económicas y sociales del entorno. Desde aquellos días en que los huertos familiares abastecían la zona hasta convertirse en un epicentro comercial que ofrece no solo productos agrícolas, sino también servicios como la comida preparada, la plaza ha sido un espacio en constante evolución, conservando su identidad de mercado campesino y al mismo tiempo adaptándose a las necesidades de una población urbana creciente (Baquero Melo, 2011, pág. 125).

A pesar de la diversidad de productos que ofrece el mercado, es importante destacar que los porcentajes asignados a cada sección no logran reflejar con precisión las desigualdades en la distribución y el nivel de atención que recibe cada sector. En muchos casos, la presencia de ciertos productos, como las flores y plantas o la plazoleta de comidas, aunque representen un porcentaje significativo, no es suficiente para evidenciar las condiciones de abandono o desatención que atraviesan estas áreas. Mientras que los sectores de frutas y verduras, que representan un pilar fundamental del mercado, mantienen una mayor proporción de actividad, otros sectores más especializados enfrentan dificultades, como la falta de renovación de productos, la escasez de infraestructura adecuada y la escasa inversión en su mantenimiento. Esta disparidad resalta las tensiones y carencias dentro del mercado, que, aunque sigue siendo un centro de intercambio, también enfrenta desafíos significativos relacionados con el abandono y la falta de atención equitativa a todas sus áreas.

Plaza Distrital de Mercado Fontibón | Localidad de Fontibón



Fortalezas de la plaza



Dirección | Calle 19 No 103 - 26/10

Fotografía 6: Se puede observar el interior del mercado, con diversos puestos y vendedores ofreciendo diferentes productos. Las principales fortalezas y características del mercado, según la información proporcionada, estos son: Mercado Campesino (100%) – Se sugiere que el mercado funciona como un centro para que los agricultores y productores locales vendan sus productos agrícolas directamente a los consumidores. Frutas (100%) - El mercado ofrece una amplia variedad de frutas frescas. Verduras (100%) - También tiene una fuerte presencia de verduras frescas. Flores y Plantas (80%) - Además de los productos

agricolas, el mercado también vende flores y plantas. Plazoleta de Comidas (70%) - El mercado cuenta con un área designada para puestos de comida

Un aspecto clave para entender la transformación de la plaza y su relación con el comercio local es el decreto que impulsó la creación de una estructura más formal. Este decreto, aunque informal en su ejecución, jugó un papel crucial en la consolidación de la plaza como un espacio de intercambio comercial. Según explica Edgar Pinzón, la inauguración de la plaza permitió a las familias vivanderas, como la suya, continuar con su oficio y mantener su arraigo cultural. "Vivandero, anteriormente, era el que llamaba al 'marchante' o cliente. Hoy, la plaza ha cambiado, pero nosotros seguimos siendo los mismos, con nuestra identidad intacta", concluye (Pinzon, 2024). El comercio en la plaza de Fontibón ha estado siempre vinculado a la memoria histórica del lugar. Los relatos de los vivanderos nos permiten entender cómo las dinámicas comerciales locales han resistido las presiones externas y se han adaptado a las nuevas realidades del mercado. Este fenómeno de adaptación es fundamental para comprender la importancia de la plaza como un espacio de bienestar comunitario y económico.

La plaza sigue siendo, hoy en día, un punto de referencia en Fontibón, tanto para los comerciantes como para los habitantes. En ella se conservan los circuitos de comercio corto, donde los productos frescos y tradicionales siguen siendo el alma de la economía local. Sin embargo, también refleja las tensiones entre lo moderno y lo tradicional, entre el pasado agrícola y el presente urbano. Estos relatos nos permiten conectar el pasado con el presente y visibilizar las luchas y resistencias que han forjado la identidad de los vivanderos, que continúan siendo el corazón de la plaza. Lo informal juega un papel crucial cuando analizamos las relaciones dentro de los circuitos de comercio corto. Estos intercambios directos entre productores y consumidores, sin la mediación de grandes intermediarios, han sido una característica esencial en muchas plazas de mercado, como la de Fontibón. Este tipo de comercio corto¹⁰, que era mucho más frecuente en épocas pasadas, mantiene su relevancia

¹⁰ Los circuitos cortos son sistemas agroalimentarios alternativos que agrupan diferentes formas de distribución caracterizadas principalmente por un número reducido (o incluso inexistente) de intermediarios entre consumidores y productores o por una limitada distancia geográfica entre ambos (Deverre & Lamine, 2010).

hasta el día de hoy, ya que permite una circulación rápida y directa de productos frescos y locales.

Este modelo sigue siendo necesario en los diseños urbanísticos contemporáneos, ya que la plaza no solo funciona como un punto de venta, sino también como un espacio donde las relaciones humanas y comerciales se entrelazan, favoreciendo a la comunidad en su conjunto. Al abordar la identidad alimentaria de la Plaza de Mercado de Fontibón, es necesario preguntarnos si debemos analizarla desde su interior, como un espacio que refleja la vida cotidiana de la comunidad, o desde su exterior, observando cómo las instituciones buscan imponer valores comerciales que a menudo distan de las necesidades y dinámicas locales. Este enfoque institucional sobre la plaza a menudo busca consolidar valores comerciales que en ocasiones entran en conflicto con la identidad comunitaria que ha surgido en ese espacio, una identidad construida por años de interacción directa entre los vendedores y los consumidores (Machado, 2017).

La creación de planes de desarrollo orientados a la modernización del espacio y la valorización de los terrenos puede percibirse como una amenaza a ese tejido social arraigado. En muchos de esos planes, la propuesta de liquidar el predio es constante, y la transformación de los espacios se aleja de la realidad vivida por los comerciantes y la comunidad que depende de ellos. Este abandono de aproximadamente el 40% de los 218 puestos disponibles es un reflejo claro de las tensiones entre la evolución económica de la zona y la preservación de la identidad que le da vida.

En este sentido el relato de (Andrade, 2024), acerca de los primeros tiempos de la plaza proporciona una perspectiva valiosa sobre la transición de vender por afuera a vender adentro. Ella recuerda cómo los inicios de la plaza fueron marcados por la unión, el compañerismo y un fuerte sentido de comunidad entre los comerciantes. Según nos cuenta, “los inicios de la plaza fueron muy bonitos, con mucha unión y mucho compañerismo, todos muy uniformados”. Además, menciona el apoyo que recibió en sus primeros días: “Si Virgilio Barco estuvo acá, y cuando inauguró esta plaza quedó una placa conmemorativa, nos recomendó que era para nosotros, que debíamos cuidarla y sacarle provecho”. Su

testimonio refleja cómo la plaza no solo era un lugar de comercio, sino también un espacio de lucha y esperanza para aquellos que, como ella, llegaron en busca de nuevas oportunidades.

Hoy, la señora Elvira sigue con mucho orgullo gestionando su puesto de jugos, recordando cómo, a pesar de las dificultades, se levantó con determinación. “Era una muchacha muy joven y tenía hijos que sacar adelante, me saqué ganas de donde no las tenía, pero hoy en día los puestos de los jugos somos de las ventas más antiguas dentro del establecimiento”. Este testimonio subraya cómo, a pesar de los desafíos, la plaza de mercado sigue siendo un lugar que, para muchos, es más que un espacio comercial: es un punto de encuentro, una fuente de sustento y un reflejo de la historia compartida por aquellos que han estado allí desde sus primeros días. Además, es importante reconocer que, a lo largo de la historia, el sector agrícola ha sido consciente de la necesidad de adaptarse a los cambios. Los agricultores y vivanderos han respondido a las transformaciones del mercado y las presiones externas con una forma de resistencia. A pesar de las condiciones difíciles que ha impuesto la relación del campo con la guerra y la política colombiana, estos actores han logrado sobrevivir y mantener sus prácticas comerciales, preservando un sistema que ha perdurado por generaciones.

La memoria colectiva de los comerciantes y los habitantes de la comunidad de Fontibón juega un papel fundamental en la vigencia de estos espacios populares. La plaza, como lugar de encuentro y comercio, sigue siendo un sitio fundamental para el bienestar colectivo. A través de las historias de los vivanderos y los residentes, podemos ver cómo la plaza ha sido un pilar de resistencia cultural y social, un espacio que ha sabido adaptarse y mantenerse vivo en medio de los cambios históricos y sociales que ha atravesado la comunidad. La precisión del siguiente relato da continuidad a la reflexión sobre cómo las casas de Fontibón, en sus orígenes, estaban estrechamente vinculadas al cultivo y a la vida agrícola, con huertos y solares que proveían los productos básicos para el consumo familiar y la venta en la plaza. La señora Stella Sastoque a sus 82 años, en su testimonio como comerciante de Flores, nos lleva a un tiempo en que los terrenos agrícolas eran una parte fundamental de la vida cotidiana de la localidad.

Ella recuerda con claridad cómo, siendo apenas una niña de unos cinco años, acompañaba a su padre en la venta de hortalizas como zanahorias, remolachas, cilantro, repollo, lechuga y arvejas, todas cultivadas por ellos mismos en su terreno. "Nosotros cultivábamos eso, mazorcas, calabazas... y todo eso se daba por cantidades en el potrero nuestro. Traíamos lo que producíamos aquí a la plaza, y era una verdadera bendición, porque se vendía mucho", comenta (Sastoque, 2024), evocando aquellos años de comercio directo con la comunidad. El relato de la señora Stella nos ofrece una visión clara del cambio en el paisaje agrícola de Fontibón, un cambio que, aunque marcado por el crecimiento urbano, conserva todavía sus raíces en las tierras que alguna vez fueron huertos y solares. Cuando ella recuerda su niñez, cuando acompañaba a su padre a vender hortalizas como zanahorias, repollo, cilantro y calabaza en la plaza, nos transporta a un tiempo en el que el mercado local era una extensión directa de los huertos familiares. Esta práctica, tan arraigada en la vida de la comunidad, era más que una actividad comercial: representaba una conexión íntima con la tierra y el ciclo de la naturaleza.

Sin embargo, a medida que la ciudad crecía, lo que antes eran amplias tierras agrícolas se transformaron en llanuras ganaderas y lotes destinados a la urbanización. Este proceso de transformación no fue solo geográfico; estuvo profundamente influenciado por la necesidad de vivienda en una zona que, por su ubicación estratégica, comenzó a ser un lugar de alta demanda. Con el aumento poblacional y los desplazamientos forzados, el territorio cambió su uso, pero con ello, el mercado de la plaza comenzó a evolucionar también, reflejando la transición de un modelo agrícola a uno más urbano.

A través del cambio del paisaje agrícola hacia la urbanización, vemos cómo las plazas de mercado, nacidas en el seno de las familias productoras, tuvieron que adaptarse a las nuevas realidades del crecimiento urbano y las políticas públicas (Baquero Melo, 2011, pág. 130). Este cambio se vinculó a una necesidad urgente de vivienda, que transformó por completo las dinámicas locales. Como menciona la señora Stella, el antiguo mercado de hortalizas comenzó a incorporar nuevos productos, reflejando las transformaciones de los

suelos y los usos urbanos. Este proceso no solo alteró la oferta de productos, sino que también marcó el inicio de una nueva fase para las relaciones comerciales en Fontibón.

Este cambio en el uso de los suelos y la expansión de la urbanización no fue un fenómeno aislado; estuvo vinculado a las dinámicas más amplias de la intervención del Estado en los mercados internacionales, particularmente en lo que respecta a la vivienda. En este contexto, la plaza de mercado se convirtió en un lugar no solo de intercambio de productos locales, sino también en un espacio que reflejaba las presiones económicas y sociales del país. La creciente demanda de vivienda, alimentada por el desplazamiento forzado y el crecimiento poblacional, llevó a un proceso de urbanización que también respondió a las exigencias de los mercados internacionales, buscando integrar a Colombia en los flujos económicos globales (Baquero Melo, 2011, pág. 128).

Este proceso de intervención estatal, impulsado por el crecimiento de la vivienda y la necesidad de infraestructura urbana, estuvo estrechamente vinculado con las estrategias de desarrollo económico y la integración de Colombia en mercados internacionales. Las plazas de mercado, en ese sentido, no solo eran espacios de intercambio comercial local, sino que también se convirtieron en parte de un enfoque más amplio que entendía la urbanización y el consumo como un eje de crecimiento económico. De ahí que las transformaciones de Fontibón no solo respondieran a las necesidades locales de vivienda, sino que también marcaran una estrategia de participación de Colombia en el mercado internacional, donde los índices económicos como el Producto Interno Bruto (PIB) y el Índice Per Cápita Nacional (IPC) jugaban un papel fundamental (Baquero Melo, 2011, pág. 129). Este doble proceso de transformación —de la plaza de mercado, como reflejo de las antiguas costumbres agrícolas, a la intervención estatal en la urbanización y la expansión de los mercados— subraya la complejidad del proceso que vivió Fontibón.

Si bien las dinámicas de consumo y la urbanización cambiaron profundamente el paisaje, el legado de las actividades de intercambio como las que realizaba la señora Stella sigue siendo un punto de conexión vital entre el pasado agrícola y el presente urbano de la

localidad. La plaza de mercado de Fontibón, tal como se observa en la **Fotografía 7** y **Fotografía 8**, ha sido testigo de un cambio profundo a lo largo de los años, reflejando no solo la transición de una tradición agrícola a una más urbana, sino también la resistencia por preservar las actividades tradicionales. En la primera planta de la plaza, se percibe una atmósfera desolada, con puestos que aún conservan la venta de verduras y hortalizas, productos que evocan la memoria agrícola de Fontibón, tal como relataba la señora Stella. Este espacio se ha mantenido como un testimonio de la relación directa entre los vivanderos y la tierra, una conexión que ha perdurado pese a los cambios que ha sufrido la localidad.



Fotografía 7.

Fotografía 7: Fotografías internas de la plaza de mercado, en ellas se observan sus dos plantas, su primera planta evidencia la soledad de sus puestos y la resistencia por mantener la venta de verduras y hortalizas. En su segunda planta en su costado izquierdo la venta de frutas, flores y huevos (Espinosa Y. F., 2024).



Fotografía 8.



Fotografía 9

Fotografía 8: Fotografías internas de la plaza de mercado, en ellas se observan En su segunda planta en su costado izquierdo la venta de frutas, flores y huevos, al otro lado se evidencia la venta de hierbas y plantas medicinales. (Espinosa Y. F., 2024).

Fotografía 9: Fotografía interna de la plaza de mercado, en ella se observan sus puestos y la resistencia por mantener la venta de frutas, flores y huevos. (Espinosa Y. F., 2024).



Fotografía 10: En esta imagen se pueden ver cuatro tipos diferentes de papas, cuidadosamente apiladas en costales que destacan por su variedad y frescura. Los sacos, llenos de papas de diferentes colores y tamaños, forman parte de un puesto dentro de la Plaza de Mercado de Fontibón, el cual es atendido por el señor Edgar Pinzón, quien a sus 67 años sigue trabajando con la misma pasión que el primer día. Su puesto, que ofrece estos productos agrícolas esenciales, refleja la tradición de los mercados campesinos, donde la calidad y la conexión con la tierra son fundamentales. A pesar del paso del tiempo y los cambios en la zona, el señor Edgar mantiene vivo su compromiso con la venta de productos frescos, y su trabajo refleja la dedicación y la experiencia que ha acumulado a lo largo de los años. Este puesto es solo un ejemplo de cómo la plaza sigue siendo un lugar clave para quienes buscan productos directos de la tierra, manteniendo la esencia del comercio tradicional en un entorno urbano en constante cambio (Espinosa Y. F., 2024).

Cuando analizamos la Plaza de Mercado de Fontibón, nos enfrentamos a la disyuntiva de abordarla desde su interior, como un espacio cultural, social y comercial, o desde su exterior, observando cómo las políticas urbanísticas y el mercado global influyen en su desarrollo y

supervivencia. Este espacio, que durante años ha sido testigo de la interacción entre los vendedores y los consumidores, es un microcosmos de la historia de la comunidad de Fontibón. En su interior, se encuentran los rostros de las personas que han mantenido la plaza viva y funcionando, muchas veces con sacrificio y esfuerzo personal, mientras que desde fuera, las dinámicas de la modernización, la valorización de terrenos y el cambio en la infraestructura urbana parecen avanzar a un ritmo mucho más rápido, a veces sin tener en cuenta la historia vivida dentro de sus muros.

Desde dentro, la plaza representa mucho más que un simple centro de comercio; es un espacio de resistencia, un refugio para las tradiciones alimentarias y culturales de la región. Los comerciantes, como los testimonios de la señora Elvira y otros vendedores veteranos, reflejan cómo este lugar ha sido un punto de encuentro, no solo para vender productos, sino también para construir una comunidad. Sin embargo, al mirar desde afuera, las dinámicas cambian. La plaza, aunque sigue siendo vital para la comunidad, enfrenta retos derivados de la expansión de la ciudad y los nuevos enfoques de desarrollo urbano. La influencia de políticas públicas y decisiones relacionadas con la urbanización han llevado al abandono de una parte importante de los puestos disponibles, lo que se refleja en más de 87 puestos vacíos que hoy se observan. Esta falta de atención hacia los comerciantes tradicionales resalta un contraste entre el valor que la plaza tiene para los vendedores y su papel dentro del entramado urbano más amplio.

A nivel externo, la plaza se enfrenta a la lógica de la valorización del suelo, donde las propuestas de modernización y desarrollo del espacio urbano parecen hacerle eco a una visión más comercial y menos vinculada a la función cultural de la plaza. Aquí, la plaza de mercado es vista desde una perspectiva más económica, como un elemento del mercado inmobiliario que debe ser aprovechado para el beneficio de grandes proyectos urbanos, más que como un lugar que permite la conexión directa de los productores con los consumidores. A medida que las dinámicas del mercado se globalizan y los sistemas de consumo se diversifican, la plaza de mercado de Fontibón sigue siendo, para algunos, un ancla cultural y social, aunque

su capacidad de adaptarse a los nuevos tiempos es constantemente puesta a prueba. Por tanto, entender la plaza desde adentro implica reconocer su relevancia como un espacio de interacción social, mientras que analizarla desde afuera nos lleva a cuestionar cómo las grandes decisiones urbanísticas están transformando sus funciones y su papel dentro de la ciudad.



Fotografía 11: Mosaico Fachada, es la plaza en sus alrededores, se observa su fachada , la cual sobresale por su altura, dimensión y colores amarillos en las vigas con paredes de ladrillo marrón. Sobresale en comparación a las casas o negocios con los que limita, en sus cuatro esquinas sombrillas, transeúntes y un número amplio de automóviles; en la parte inferior de la imagen se observa la zona de carga así como la parte de atrás de la segunda planta. (Espinosa Y. F., 2024).

La historia de la Plaza de Mercado de Fontibón se entiende a través de sus vendedores, que han sido testigos y actores de su evolución. También es fundamental comprender junto al relato y la transición por la conurbación, los cambios en el transporte y la logística han redefinido las dinámicas de acceso a los alimentos, desde sus orígenes hasta la actualidad. Durante los primeros años de vida de la plaza, los sistemas de carga y envío de productos provenientes de diversas regiones del país eran fundamentales para garantizar el abastecimiento local. El transporte de mercancías se realizaba principalmente mediante el sistema ferroviario, lo que facilitaba la conexión entre los productores de diferentes zonas y los consumidores de Bogotá. Estos transportes de carga eran un pilar clave en la estructura comercial de la plaza, permitiendo la llegada de una vasta variedad de productos frescos a la ciudad.

Sin embargo, con la evolución de la infraestructura urbana y la expansión de la red de transporte, especialmente con la llegada del transporte motorizado y la centralización del comercio, este sistema empezó a cambiar. La llegada del transporte de camiones y la consolidación de las grandes centrales de abasto, como el Mercado de las Flores y los sistemas de distribución de productos a través de mayoristas, transformaron profundamente el modelo de abastecimiento que había existido hasta entonces. Este cambio no fue solo un proceso administrativo; fue una respuesta directa a la creciente demanda de productos frescos, pero también a la necesidad de consolidar los mercados en espacios más accesibles y con una mayor capacidad de manejo logístico.

Para Don Edgar Carvajal y los demás vendedores de la plaza, esta transformación no significó solo un reto, sino una oportunidad de adaptación. Como nos comenta (Carvajal, 2024), cuando se le pregunta sobre como ha sido la transformación de la plaza desde sus inicios "La plaza ha cambiado, sí, pero nosotros también lo hemos hecho. La llegada de los camiones y la reorganización de la distribución de alimentos nos obligó a adaptarnos. Algunos tuvimos que cambiar la forma en la que comprábamos y vendíamos, pero nunca dejamos de resistir". Este testimonio refleja la capacidad de adaptación de los vivanderos frente a un sistema de abastecimiento que se fue volviendo cada vez más centralizado y

dependiente de grandes actores mayoristas. Los vendedores, que antes podían conseguir sus productos de manera directa en mercados locales y con proveedores de confianza, ahora se enfrentaban a un panorama donde el acceso a los alimentos se centralizaba en las grandes centrales de distribución.

En este proceso de transformación del sistema de transporte y distribución, la plaza de mercado dejó de ser el centro exclusivo de intercambio de productos frescos, ya que comenzó a depender cada vez más de las grandes centrales y de la distribución masiva de alimentos. Esto redujo la autonomía de los comerciantes locales, que tuvieron que ajustarse a una oferta de productos menos variada y muchas veces a precios más altos debido a la intermediación de los mayoristas. (Ramírez Velásquez, 2002) La competencia y la reconfiguración del mercado en torno a las grandes centrales de abasto, que nacieron con la intención de reducir costos logísticos y facilitar el acceso a los productos en grandes cantidades, también trajo consigo un desafío para los pequeños comerciantes, que vieron cómo sus márgenes de ganancia se estrechaban y cómo la centralización del comercio alimentario comenzaba a dejar de lado las plazas de mercado tradicionales. Esta centralización también alteró las relaciones entre productores y consumidores, trasladando la interacción directa de la plaza hacia un modelo más impersonal, donde las grandes cadenas de distribución y los minoristas mayoristas tomaron protagonismo.

Este proceso de cambio también afectó la vida social y cultural de la plaza. Mientras que anteriormente la plaza de mercado era un espacio de encuentro y relación directa entre productores y consumidores, con el paso del tiempo se fue convirtiendo en un lugar donde la relación directa y el comercio de cercanía fueron reemplazados por un sistema de distribución basado en la intermediación. No obstante, los vivanderos, como Don Carvajal, demostraron una gran resiliencia. A pesar de las dificultades, muchos lograron adaptarse a los nuevos sistemas de abastecimiento, estableciendo relaciones con nuevos proveedores y ajustando sus métodos de venta. A través de estas adaptaciones, los comerciantes de la plaza no solo resistieron la centralización del sistema de distribución, sino que también lograron

mantenerse como una parte integral del paisaje urbano de Fontibón, preservando una parte vital de su identidad comercial.

Para los trabajadores de la plaza la interrogante sobre la transformación de la plaza los hace reflexionar sobre el proceso de cambio constante que han vivido durante generaciones completas, resulta evidente entre ellos algo muy curioso, pues resulta reiterativo la evolución del sistema de transporte y distribución de alimentos en Bogotá como un determinante local y nacional. Resulta están en lo cierto, existe un vínculo intrínsecamente relacionado con los cambios urbanos y económicos que afectaron a toda la ciudad. El declive del sistema de cargas directas desde otras regiones y la centralización del comercio en las grandes centrales de abasto alteraron las estructuras locales, desplazando a las plazas de mercado en su rol de distribución de alimentos. Sin embargo, la adaptabilidad de los comerciantes de Fontibón, que supieron ajustar sus métodos de trabajo y seguir abasteciendo a sus clientes con productos frescos, demuestra cómo, aunque el sistema haya cambiado, la plaza sigue siendo un lugar clave en la vida cotidiana de la comunidad.

La transformación histórica de la Localidad y por ende de la plaza refleja las tensiones entre tradición y modernidad¹¹. Del bullicioso mercado que pulsaba al ritmo del ferrocarril, ha evolucionado hacia un espacio que lucha por mantener su relevancia en un contexto de centralización comercial y competencia con grandes superficies. Los productos ya no son

¹¹ La evolución del sistema de transporte de autobuses y buses en Bogotá durante el siglo XX. En la década de 1920, surgieron las primeras empresas privadas que ofrecían rutas de transporte en buses como alternativa al tranvía municipal. En 1927, la empresa del Tranvía Municipal importó 20 buses para complementar su servicio, buscando competir con las empresas privadas. A lo largo de la segunda mitad del siglo XX, se consolidó un sistema de transporte basado principalmente en empresas transportadoras privadas de buses. La flota de buses de la Empresa Distrital de Transportes Urbanos (EDTU) fue disminuyendo, mientras crecía significativamente el número de empresas y vehículos privados. Para la década de 1990, las empresas privadas tenían casi todo el control de la movilización de pasajeros en la ciudad.

Con la liquidación de la EDTU, la política de transporte se limitó a regular la actividad de las empresas privadas, sin participación estatal directa en el transporte público urbano. Este modelo privado desregulado generó problemas como sobreoferta, concentración de rutas en algunas zonas, congestión vial e informalidad en el servicio. En resumen, Bogotá pasó de un sistema público de tranvías a uno dominado por empresas privadas de buses durante el siglo XX, lo que trajo consigo desafíos de calidad, cobertura e informalidad en el transporte. La Terminal de Transporte S.A. inició operaciones el 14 de marzo de 1984, siendo un hito importante en la consolidación de un centro de operaciones para las empresas de transporte intermunicipal en Bogotá. Surgió de la necesidad de agrupar dichas empresas en un sitio adecuado con operaciones nacionales. Actualmente, realiza despachos para 86 empresas interdepartamentales de pasajeros desde sus instalaciones ubicadas entre la avenida 68, avenida Boyacá, calle 13 y avenida El Dorado.

exclusivos ni necesariamente los más favorecidos puesto que varían los productos en términos de precio y calidad, pero la plaza mantiene su papel como núcleo de la vida comunitaria (Montezuma, 2008, pág. 29).

Tiene mucho que ver con la historia del ferrocarril en Fontibón, llegan al relato por que emerge a través de testimonios familiares que entrelazan memoria y transformación urbana. Como relata la señora Ana Beatriz Sabogal, los ferrocarriles trazaron no solo vías férreas sino también nuevas formas de concebir el territorio metropolitano. Su testimonio cobra especial relevancia al narrar cómo su madre se convirtió en vendedora de plaza, ilustrando la estrecha relación entre el ferrocarril y las dinámicas comerciales de la época “Varios eran conocidos por ser comerciantes, estaba don Pablo y Doña Carmen y otros entre esos estaba mi mamá... Ellos enviaban en un mismo vagón la mercancía, podían ser costales, cajones de madera o huevos envueltos en hojas de plátano... El caso es que se venían aparte en flota y recogían en Fontibón para ir a vender” (Sabogal, 2024).



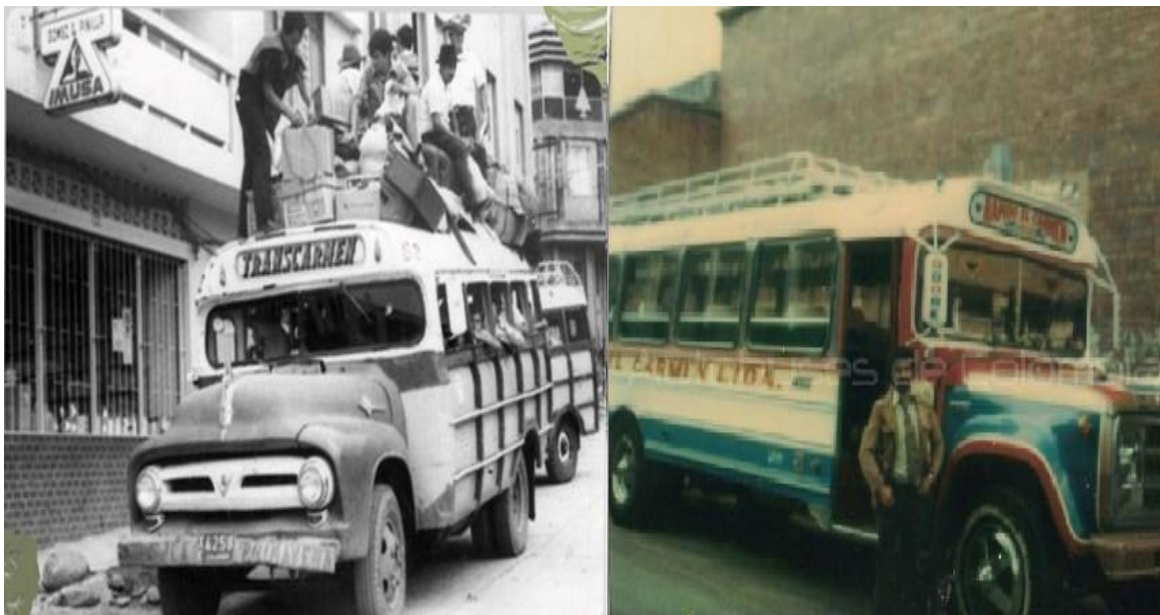
Fotografía 12: Estación de Tren, la imagen corresponde a una foto en perspectiva, en ella se observa la estación de dos pisos, sus ventanales y una torre de reloj, a su costado en el sentido norte se observan los rieles aun en uso. La ferretería ubicada en la estación férrea no sólo es dueña de una parte de la estación, también tiene un encerramiento con alambre y palos que le sirve de depósito para arena, grava, ladrillos, entre otros materiales. (Espinosa Y. F., 2024).

La centralización del comercio, facilitada por la infraestructura ferroviaria, convirtió a Fontibón en una zona receptora de mercancías. Sin embargo, este fenómeno también implicó que los habitantes tuvieran que desplazarse a Bogotá en busca de ciertos alimentos que no se conseguían fácilmente en el mercado local. La estación de tren, como epicentro de esta nueva economía, se convirtió en un punto de partida para muchos fontibonenses que viajaban hacia la ciudad en busca de proveedores específicos, mientras que algunos agricultores preferían trasladarse directamente para evitar intermediarios (Montezuma, 2008, pág. 48).

Este fenómeno de intensificación y centralización del comercio refleja la complejidad de lo público en espacios como la plaza de mercado, que se constituye como un recurso compartido, pero también como un territorio de lucha y poder. Las tensiones sociales dentro y fuera de la plaza son palpables, como lo reflejan las entrevistas de los trabajadores, que describen las malas relaciones, la falta de mediación administrativa y los altos costos del arriendo como elementos que contribuyen a la tensión y las contradicciones presentes en este espacio. De esta forma, las dinámicas macroeconómicas y políticas que afectan a la plaza también se reflejan en las pequeñas interacciones cotidianas, creando un contexto único de disputas y alianzas que siguen influyendo en el funcionamiento y la identidad de la plaza hoy en día.

Este fenómeno de concentración comercial también desencadenó una serie de efectos sobre las relaciones sociales dentro del espacio público. La plaza de mercado, al ser un punto de encuentro tanto para comerciantes como para consumidores, se convirtió en un escenario donde las tensiones por el control del espacio y la competencia por los recursos se intensificaron. Los vendedores, enfrentados a altos costos de arriendo y a la falta de políticas claras de mediación administrativa, comenzaron a generar formas de resistencia y organización informales. La ausencia de un marco regulatorio adecuado permitió que surgieran dinámicas de poder informales, donde las alianzas y las disputas entre actores locales se fueron consolidando como parte del tejido social del mercado. La falta de garantías

laborales y la informalidad que caracteriza tanto al comercio ambulante como al comercio formal en la plaza de mercado refleja la incapacidad del sistema para abordar las necesidades de los trabajadores, generando así un ciclo de precariedad que afecta a todos los involucrados.



Fotografía 13: Mosaico de dos fotografías de la Flota TRANSCARMEN. En la foto se muestra dos imágenes de distintas épocas, en la cual se aprecia su capacidad para cargar gran peso en su techo, algunos ayudantes colaboraban para montar las cargas que variaban de destino pero que se juntaban en una ruta principal. A su vez parte de una anécdota familiar de la señora Ana Beatriz Sabogal, cuenta como mi bisabuela mandaba carga de mercado para vender, montaba en el municipio de Apulo, Cundinamarca hasta la ciudad de Bogotá. (Oriente, 2017).

La carga histórica se suma a la carga simbólica de la Plaza de Mercado de Fontibón es incalculable, pero en términos funcionales ha perdido su relevancia como punto de recepción de productos agrícolas. Hoy en día, los productos que se comercializan allí no son exclusivos ni los más favorecidos en términos de calidad y precio, lo que ha relegado a la plaza a un segundo plano dentro de la cadena de producción agrícola. Sin embargo, al analizar su papel desde una perspectiva cultural, emerge un valor oculto que trasciende los simples indicadores comerciales. Las remembranzas de la señora Stella sobre las fiestas de la Virgen

del Carmen, donde se celebraban eventos como rifas, misas y juegos tradicionales como el tejo y la rana, revelan una faceta olvidada de la plaza que sigue viva en el imaginario colectivo de la comunidad. En sus palabras, "Aquí está la virgen del Carmen, usted puede bajar y observar la fuente, es nuestra patrona, tiene su cúpula y nos encomendamos a ella" (Sastoque, 2024), se refleja la profunda conexión cultural que la plaza sigue manteniendo con los habitantes del barrio como se muestra en la

Fotografía 14.



Fotografía 14: *Fotografía Virgen del Carmen, en la entrada principal, en ella se observa la decoración navideña que adorna la cúpula de una virgen del Carmen a la cual se encomiendan, tradición que se reconoce cada año en el mes de Julio con la fiesta de la virgen del Carmen. (Espinosa Y. F., 2024).*

Este valor cultural, aunque rico y lleno de historia, ha sido invisibilizado en la narrativa del mercado, que prefiere enfocarse en su papel como centro de intercambio económico. No obstante, lo que muchas veces no se reconoce es que las prácticas dentro de la plaza son tan particulares que bien podrían convertirse en un atractivo turístico significativo para la ciudad. A pesar de esto, la valorización del patrimonio cultural de la plaza sigue estando en segundo plano frente a los indicadores de sostenibilidad económica, especialmente en un contexto donde las políticas de desarrollo urbano y económico tienden a valorar los elementos culturales solo cuando están acompañados de réditos económicos claros, como el turismo.

Este enfoque utilitario de la cultura no solo ha dejado de lado a los comerciantes y residentes que siguen protegiendo este legado, sino que ha empujado la plaza hacia una lógica de consumo donde el patrimonio se convierte en un simple producto turístico, pero sin la debida retribución económica que asegure la sustentabilidad cultural a largo plazo. Como resultado de este fenómeno, el patrimonio cultural de la plaza ha sido instrumentalizado, lo que ha llevado a que los beneficios derivados de su reconocimiento se concentren en manos de unos pocos actores económicos. Estos, en muchos casos, no devuelven a la comunidad el valor que esta aporta al imaginario colectivo de la ciudad. A pesar de ello, aún no se encuentran establecidos indicadores claros sobre la intención turística de las instituciones distritales hacia la plaza en cuestión.

Este contraste es evidente cuando se compara con otras plazas ubicadas en diferentes localidades, donde, por el contrario, el impacto turístico y económico ha generado un efecto positivo más visible, beneficiando tanto a los habitantes como a los visitantes. En esos casos, los esfuerzos por promover el patrimonio cultural se traducen en una mayor inversión en el espacio público, con proyectos que buscan fortalecer la identidad local y revitalizar el entorno urbano, mientras que la comunidad se ve involucrada de manera activa y recibe un retorno tangible de los beneficios generados. Este modelo, al que aún no se ha accedido plenamente en nuestra plaza, demuestra la importancia de un enfoque integral que considere tanto el patrimonio como las necesidades de los residentes y la ciudad en su conjunto.

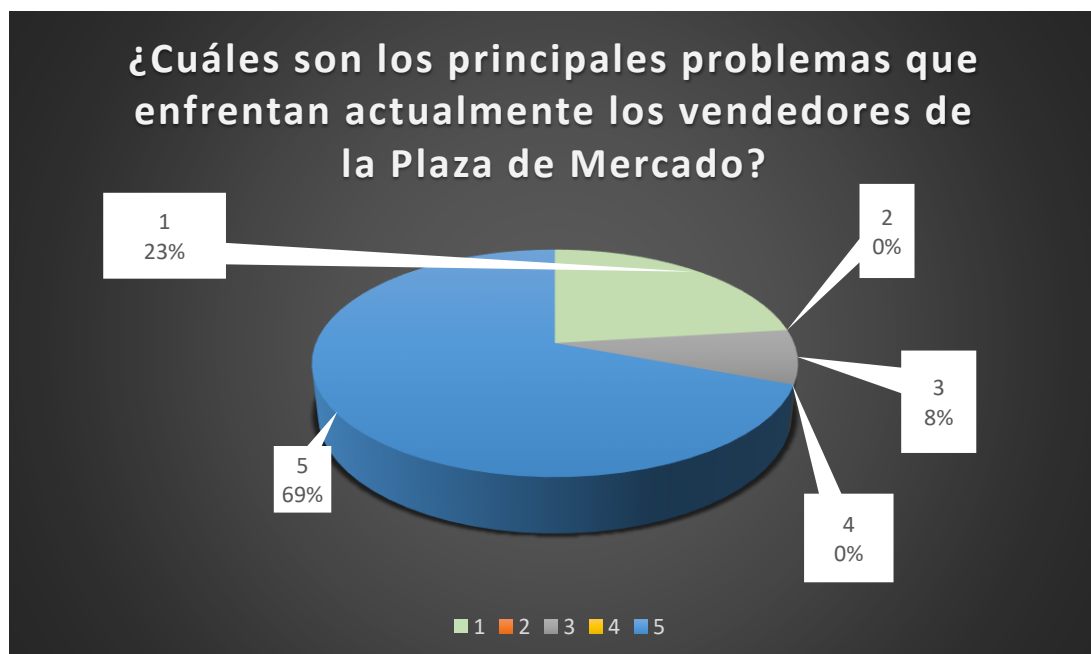
Esto es importante cuando aquí se habla de lo público como espacios geográficos concretos, constituidos social e históricamente, un recurso de uso compartido, donde las dimensiones políticas de la vida pública que incluyen luchas de poder, contradicciones y conflictos de intereses, dinámicas hegemónicas y de dominación por las que se han construido un contexto propio caracterizan al territorio. Que esto se presente en la plaza de mercado es congruente con la apreciación de los trabajadores en sus entrevistas, pues la influencia de malas relaciones, ausencias administrativas para mediar el espacio y los costos de mantener el arriendo junto a las cuentas, dan una radiografía de la estructura social dentro y fuera de la plaza, por lo tanto, tiene sentido que otros afirmen las conclusiones más claras sobre las tensiones de lo macro sobre lo micro (Morente, 2018).

Es pertinente el uso de tres perspectivas de análisis, su construcción micro social y territorial, la acción pública (desarrollo institucional) y la acción colectiva (movimientos sociales y participación ciudadana). Por lo general estas perspectivas caracterizan las tensiones constantes en los espacios públicos ya que se inscriben en un espacio amplio, diverso, concebido como el espacio de vida de la sociedad, que podemos en una primera aproximación calificar de territorio. (Morente, 2018).

Es importante inmiscuir en las dinámicas administrativas junto a las normativas que surgen luego de la primera mitad del siglo XX, la intensión es dilucidar la densificación demográfica, la restructuración de las casas, la búsqueda de materiales y el trabajo exponencial que solventaba la mano de obra que hoy resulta en los barrios, las calles y las familias con redes de vecindad a lo largo del territorio, asumiendo la mano de obra de sus propios hogares (García Ramírez, 2017, pág. 16). En un mercado centralizado como el de Bogotá, divididos en mayoristas tipo Corabastos y minoristas (Plazas distritales), enfrentan retos significativos. Estos actores dominantes suelen tener un mayor poder de negociación, lo que les permite imponer precios más bajos a sus proveedores más pequeños, deteriorando sus márgenes de ganancia.

La concentración del mercado en unos pocos mayoristas y muchos minoristas reduce la competencia, dándoles control sobre los precios finales al consumidor. Otra dinámica perjudicial es la intermediación excesiva en la cadena de suministro. Cada intermediario (distribuidor) busca obtener su margen, incrementando los precios finales de manera injustificada. Esta falta de trazabilidad y transparencia en los procesos dificulta que el consumidor pueda elegir con base en la calidad más que en el precio. Como resultado, se configura un consumo clasista, donde solo aquellos con mayor capacidad adquisitiva pueden acceder a ciertos productos o canales de distribución (Cuervo, 2006).

Las deficiencias en la gestión de la cadena de suministros hacen insuficiente al Estado por ende es responsable de agravar estas dinámicas negativas, al no controlar un mercado que no se regula a sí mismo, con una mano invisible. Una baja integración con proveedores y clientes, la falta de innovación, los altos costos logísticos y la poca flexibilidad, debilitan la posición negociadora de las instituciones frente a los mayoristas y minoristas dominantes. Esto perpetúa un mercado desigual y centralizado, con precios más altos para el consumidor final. En un mercado alimentario centralizado, son conscientes del enfrentamiento por el poder de negociación desigual de mayoristas contra minoristas, la intermediación excesiva que encarece precios, y la configuración de un consumo estratificado por capacidad adquisitiva demuestra la obsesión del mercado por consolidar una demanda estable y no una oferta variada orgánica y estacionaria.



Grafica 1: Es un gráfico de pastel, se le preguntó a los encuestados: "¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan actualmente los vendedores de la Plaza de Mercado?". Las respuestas indican lo siguiente: 1 (verde): 23% de los encuestados respondieron que competencia directa para ellos es el comercio informal en los alrededores. 2 (naranja): El 0% de las personas les atribuyen el problema a los costos elevados de mantenimiento en los puestos dentro de la plaza. 3 (gris): Un 8% de los encuestados seleccionó esta opción de respuesta, reconociendo un desinterés de las entidades gubernamentales en mejorar la Plaza. 4(naranja): Con un 0% ninguno de los entrevistados está de acuerdo con que los únicos culpables son las grandes Cadenas de supermercados. 5(Azul): Con un 69% el grueso de entrevistados reconoce que todas las respuestas anteriores hacen parte de un conjunto de problemáticas que afectan a la plaza. En resumen, el gráfico de pastel muestra una concentración de dinámicas dentro y fuera de la plaza que resultan en un panorama desfavorable. Encuesta construida por el autor **Anexo2**(2024)

5.3. El Crecimiento del Comercio Ambulante y sus Consecuencias.

Los vendedores ambulantes y el desempleo se añaden a la lista de deficiencias dentro del comercio esclavo del rebusque, por su parte las entidades gubernamentales son irresponsables con las plazas y la justa venta. Para algunos, la culpa es de particulares dueños con grandes bodegas que entregan a los desempleados productos en concesión, ellos en su función de comerciantes ocupan la calle. La falta de garantías laborales y la incapacidad del sistema para asegurar empleo formal a toda la población constituye una negligencia institucional que, como consecuencia directa, fomenta el crecimiento de la venta ambulante. Esta situación refleja tanto la responsabilidad de las autoridades como de otros actores sociales, quienes al no abordar efectivamente el problema del desempleo, contribuyen indirectamente al aumento del comercio informal.



Fotografía 15: *Fotografía mercado campesino, junto al terminal de Transporte del Salitre, esta imagen muestra un mercado al aire libre con puestos y toldos rojos donde se venden frutas y verduras. Hay canastas plásticas de distintos colores con productos frescos. Se observan algunas personas comprando y recorriendo el lugar. La escena representa una itinerancia de lo que es el típico mercado campesino local.* (Espinosa Y. F., 2024).



Fotografías 16: Colores de Mercado, En primer plano, se ven grandes cantidades de zanahorias frescas amontonadas en una caja de madera. También hay cebollas, habichuelas, calabacines, tomates, zanahorias y mazorcas en empaques plásticos. En la parte superior, se observan frutas como piñas, papayas, aguacates, cítricos y racimos de plátanos verdes y maduros en cajas de madera y recipientes. La colorida exhibición de productos recién cosechados denota una gran diversidad y frescura. (Espinosa Y. F., 2024).

El comercio ambulante representa uno de los fenómenos más complejos en la dinámica urbana contemporánea, manifestándose como consecuencia directa de las deficiencias estructurales en el mercado laboral formal. Como señala (Donovan, 2004): La venta ambulante en Bogotá refleja no solo una estrategia de supervivencia sino también las profundas contradicciones del desarrollo urbano y económico de la ciudad. La proliferación de vendedores ambulantes emerge como respuesta adaptativa ante la incapacidad del sistema económico para absorber la fuerza laboral disponible. Según (Alfonso R., 2010)., el comercio informal se ha convertido en un mecanismo de articulación entre la economía formal e informal, donde grandes comerciantes aprovechan la vulnerabilidad de los desempleados para expandir sus redes de distribución.

Las consecuencias de este fenómeno trascienden lo meramente económico. (Castañeda & García, 2007) señalan que la ocupación del espacio público por vendedores ambulantes genera tensiones urbanas significativas, afectando tanto la movilidad como la percepción de seguridad en las zonas comerciales. Si bien la congestión y la falta de regulación pueden generar inconvenientes, también es cierto que muchos vendedores ambulantes organizan sus actividades de manera que contribuyen al flujo social y comercial sin necesariamente afectar la seguridad. En algunos contextos, la presencia de estos vendedores puede incluso mejorar la seguridad en determinadas zonas, al reducir la sensación de vacío y desolación, y convertirlas en áreas más transitadas y vigiladas por la propia comunidad. Por lo tanto, una perspectiva más amplia debe considerar los beneficios y contribuciones de los vendedores ambulantes, no solo como un problema de desorden urbano, sino como una parte integral del sistema de abastecimiento y la vida cotidiana de las ciudades.



Fotografía 16: Esta es una fotografía de dos tipos distintos de ventas, el primero es un área de 3m x 5m cuenta con varias canastas en las cuales eleva a la vista del consumidos los productos, estos son desde papa, yuca y cebollas, hasta limones, plátanos y tomates. En la parte inferior de la fotografía pescado en un triciclo su vendedor cubierto de pies a cabeza con manos cruzadas. (Espinosa Y. F., 2024)

La yuxtaposición de diferentes modalidades de venta ambulante, como se evidencia en la **Fotografía 16**, donde coexisten un puesto semifijo con productos agrícolas diversos y un vendedor móvil de pescado, ilustra la complejidad y heterogeneidad del comercio informal urbano. Esta diversidad de prácticas comerciales refleja no solo las diferentes estrategias de

supervivencia adoptadas por los vendedores, sino también la capacidad adaptativa del comercio informal para satisfacer las necesidades de abastecimiento en diferentes contextos urbanos. Los contrastes en la escala y modalidad de venta, desde puestos organizados con múltiples productos hasta vendedores individuales especializados, demuestran cómo el comercio ambulante ha evolucionado para crear sus propias jerarquías y estructuras organizativas, aun dentro de su condición de informalidad. Este fenómeno, lejos de ser uniforme o simple, representa un complejo entramado de relaciones económicas y sociales que desafía las categorizaciones simplistas y las soluciones unidimensionales.

5.4. La Plaza como Espacio de Comercio Formal e Informal.

La presión del brazo armado de la ley secunda el desplazamiento de uno o varios nichos en las esquinas, develando un mercado ambulante, en la perpetua situación que viven los vendedores, las entidades distritales se han sumado a las iniciativas de espacios únicos de comercio tales como galerías o módulos, aunque esto desemboca en varias situaciones inequívocas, arbitrarias y muy discutibles. Lo cierto es que sin tener como sustentar los gastos de arriendo para sostener aunque sea un puesto dentro de la plaza, una galería, un espacio en el mercado campesino, recurren a los puestos itinerantes.

Surgen como muchos vendedores que se vieron en la necesidad de aceptar su realidad, mediar a punta del rebusque, un espacio casi siempre esquina de un andén, donde poner ya sea una sombrilla, una carretilla, un coche, un carro, unas canastas, lo que esté a su alcance y funcione como mesa, mostrador o superficie en general. Así como los propietarios de las bodegas son los que se lucran de la situación, otros solo han construido su propio puesto con una carga homogénea como se puede observar en la imagen. La imposibilidad de acceder a estos espacios regulados y el continuo aumento de los costos operativos obliga a muchos vendedores informales a buscar alternativas menos formales, como los puestos itinerantes. Estas formas de comercio ambulante, en su mayoría improvisadas, surgen en espacios donde no se necesitan permisos costosos, sino simplemente la creatividad y la necesidad de sostenerse. En muchos casos, los vendedores ocupan las esquinas de las calles, adaptando cualquier objeto a su alcance – como sombrillas, carretillas, coches o canastas – como

superficies de venta. Esta improvisación les permite seguir ejerciendo su oficio y mantenerse a flote en un sistema que muchas veces no les brinda más que inseguridad laboral y social.

Es importante considerar que, a pesar de ser considerados "informales", estos vendedores juegan un rol fundamental en la economía urbana, sobre todo para aquellos sectores sociales de bajos recursos que no tienen acceso a productos de los mercados formales. Así, el comercio informal no solo se limita a un "rebusque", sino que se convierte en una válvula de escape ante la falta de empleo formal y la carencia de un sistema de protección laboral que favorezca a estos trabajadores (Aliaga Linares, 2018, pág. 49).

Además, la naturalización de la venta ambulante en ciertas zonas urbanas refleja una adaptación de la ciudad a las realidades de sus habitantes, mostrando la desigualdad de los sectores informales ante un sistema que no siempre ha logrado integrar de manera efectiva a todos sus ciudadanos. La falta de alternativas viables en cuanto a acceso a espacios formales de comercio, junto con la imposición de altos costos de arriendo, perpetúa el ciclo de informalidad y subraya la necesidad urgente de repensar las políticas urbanas en torno a estos espacios comerciales. Por lo tanto, la Plaza, como un microcosmos de la ciudad, refleja la realidad compleja de las tensiones entre el comercio formal e informal, donde las políticas públicas deben ser reconsideradas y adaptadas para incluir a estos actores como parte esencial del tejido urbano y económico, más que como una amenaza al orden establecido.

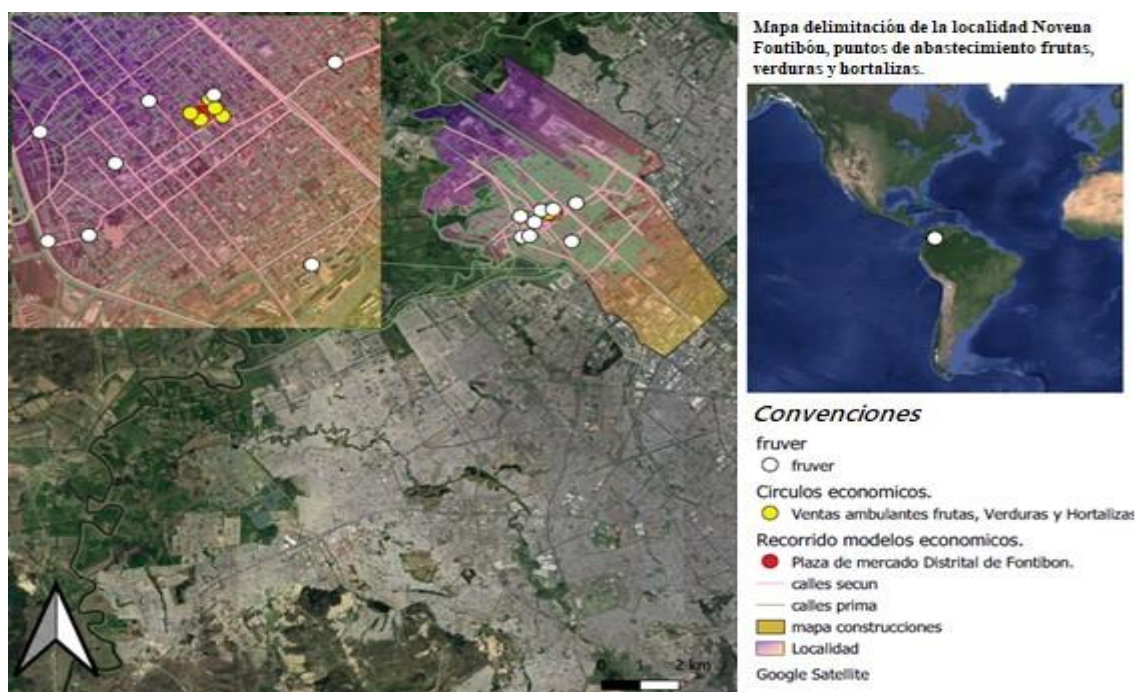


Fotografía 17: Puesto de Cebollas ambulante, En cada esquina habitan las carretillas con tomate, cebolla, papa, plátano, a su lado las personas que las atienden. (Espinosa Y. F., 2024)



Fotografía 188: Mosaico ventas ambulantes, la imagen es un mosaico compuesto por mi autoría, agrupa 10 fotografías en ellas se evidencia el volumen de mercancía, productos y presentaciones, estos puestos ponen en tensión el día a día del rebusque al que otros ya acostumbrados han tachado con indiferencia. (Espinosa Y. F., 2024).

En ese sentido, si los afectados son los vendedores que por obligación utilizan el espacio público sin recibir poco a cambio, entonces es evidente que no es coyuntural, ¿Por qué? Pues si bien la Plaza ciertamente es un lugar con muchas funciones, puntualmente por y en su área de influencia, estos hechos han planteado otra vieja discusión, ¿Privatizar? ¿Qué alternativas plantear frente a la crisis? La respuesta ha sido encontrar metodologías para el seguimiento a los indicadores de eficiencia en la utilización de los espacios según esto dan la determinación de plantas operativas en plazas y centrales de abasto, algo poco eficiente para las necesidades del trabajador.



Mapa 5: Mapa delimitación de la localidad Novena Fontibón, puntos de abastecimiento frutas, verduras y hortalizas. Convenciones: ○ Fruver, ● Ventas ambulantes, ● Plaza de Mercado Distrital, ■ Localidad. (Espinosa Y. F., Archivo Mapas delimitación de la localidad Novena Fontibón, 2024).

5.5. La Ciudad, el campo y la institucionalidad en la ciudad.

La relación entre Bogotá y su entorno rural se materializa de manera particular en el sistema de abastecimiento alimentario, donde las plazas de mercado han jugado históricamente un papel fundamental como puntos de encuentro entre productores rurales y consumidores urbanos. Es el Instituto para la Economía Social (IPES) es la entidad distrital encargada de administrar el Sistema Distrital de Plazas de Mercado, siendo responsable de definir, diseñar y ejecutar programas para la gestión de las plazas públicas en concordancia con los planes de desarrollo económico de la ciudad.

Para (Parrado, 2018, pág. 63), la institucionalidad, representada por el IPES, debe garantizar no solo el funcionamiento operativo de estos espacios, sino también su articulación con las políticas de seguridad alimentaria y desarrollo económico local. Esta responsabilidad implica la gestión de un complejo sistema que conecta la producción agrícola regional con el consumo urbano, mientras se mantienen estándares de calidad y salubridad en la distribución de alimentos.



Fotografías 19: IPES, Exactamente es el Instituto para la Economía Social en su abreviatura el - IPES- quien surgió en 2015 por el Concejo de Bogotá como producto del antiguo Fondo de Ventas Populares, constituido por el Acuerdo 257 del 30 de noviembre de 2006 (Google, Google Maps, 2023).

Esta decisión que se emite desde un órgano administrativo distrital expide un artículo con el fin de garantizar la efectividad y materialización de los derechos humanos sean individuales o colectivos, para todos los que han vendido en el espacio público, para ello debe fomentar la participación social en las decisiones públicas y por ende velar por que la soberanía y la seguridad alimentaria estuviera a salvo en las funciones de los nuevos órganos que a su vez rinden cuentas al ministerio de Turismo, aspecto que se profundiza más adelante. (Parrado, 2018, pág. 64).

Si pensamos en las garantías reales de la entidad que estaba encargada de los vendedores ambulantes, ahora también los vendedores formales de las plazas de mercado, aparece la estructura orgánico-administrativa poco pensada, si vemos el esquema orgánico del IPES es el artículo 3 del documento general que rige su operación, se dictamina la máxima autoridad siendo esta la junta directiva, conformada por el Alcalde Mayor o su delegado, quien será el secretario(a) de Desarrollo Económico y se encargará de presidirla, además de cuatro (4) miembros, designados libremente por el Alcalde Mayor. y el Director General.

A partir de esto se fundamenta los principios de misión y visión de la entidad que no tiene para nada que ver con mantener a salvo los mercados de frutas, verduras, hortalizas y de más productos de la canasta, de manera en que no prioriza recursos para la fuente nutricional básica, habiéndose considerado parte de las necesidades esenciales en la población, por su parte ellos nunca ha sido una estructura para garantizar recursos públicos que aseguren comer lo mismo que producimos, en circuitos cortos de producción.

la falta de una visión clara en torno a la gestión de los mercados y el espacio público refleja una desconexión con las necesidades de la población más vulnerable, particularmente aquellos que dependen del comercio informal y formal de productos alimentarios. El IPES, al centrarse en la organización administrativa sin priorizar el desarrollo y la seguridad alimentaria en los mercados, descuida un aspecto fundamental de la política pública: el acceso directo y seguro a alimentos saludables para la comunidad. Esto también se refleja en la ausencia de estrategias para promover la soberanía alimentaria, que debería ser un eje central de cualquier programa que busque mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la ciudad. Mientras que la estructura administrativa sigue funcionando con poco enfoque en la integración de los productores locales, los circuitos cortos de comercialización y la seguridad alimentaria siguen siendo temas periféricos que requieren atención urgente en las políticas públicas y en la asignación de recursos.

VI. NUEVOS FORMATOS Y EL FUTURO INSIERTO DE LOS MERCADOS TRADICIONALES.

Este capítulo examina los efectos de la expansión de las grandes cadenas comerciales de alimentaria, centrándose en la creciente tensión entre las grandes cadenas comerciales y los mercados tradicionales, como las plazas de mercado. A medida que los supermercados, tiendas de cadena y Fruver se expanden, se han posicionado como competidores directos de las plazas de mercado tradicionales, afectando tanto a la estructura económica como a los hábitos de consumo de las comunidades locales. La expansión de estos nuevos formatos responde a las demandas de grandes accionistas y consumidores que buscan conveniencia, precios competitivos y productos estandarizados.

Sin embargo, esta competencia ha tenido un impacto negativo en la diversidad de productos locales y en la economía de los pequeños productores, quienes dependen de los mercados tradicionales para vender sus productos frescos y regionales. En este contexto, se analizará cómo esta transición hacia un modelo de comercialización más centralizado ha modificado no solo la dinámica económica de las plazas, sino también la relación cultural y social que los consumidores mantenían con los alimentos y los productores locales (Patel, 2007).

Partiendo del análisis previo sobre el modelos propios de alimentación en la localidad, este apartado profundiza en el impacto que las grandes corporaciones han tenido en la transformación del mercado alimentario local. A través de una revisión bibliográfica que prioriza a autores especializados en estudios internacionales, se exploran las estrategias de marketing y consumo que las grandes cadenas comerciales han utilizado para posicionarse como actores dominantes en la distribución de alimentos. Se introduce además el concepto de soberanía alimentaria como una alternativa frente a la creciente dependencia de las grandes corporaciones, cuestionando la viabilidad y sostenibilidad del actual modelo

comercial que prioriza la expansión y el beneficio económico sobre el bienestar social y ambiental.

6.1. La Competencia entre Grandes Corporaciones y Mercados Tradicionales.

Esta transformación del mercado local también ha sido impulsada por avances tecnológicos que han redefinido las dinámicas comerciales. Las grandes cadenas no solo han adoptado modelos de negocio basados en la eficiencia, sino que han incorporado tecnologías que les permiten monitorear y gestionar sus operaciones de manera mucho más precisa. La integración de herramientas como sistemas de gestión de inventarios en tiempo real y plataformas de planificación empresarial ha optimizado cada etapa del proceso comercial, desde la producción hasta la distribución. Esto no solo ha aumentado la competitividad de estas empresas, sino que también ha generado una brecha creciente con los mercados tradicionales, que carecen de los recursos tecnológicos para adaptarse a este nuevo entorno. En consecuencia, las plazas de mercado y tiendas de barrio se han visto desplazadas por la rapidez y la conveniencia que ofrecen estos nuevos formatos comerciales, cambiando no solo la estructura del mercado, sino también la naturaleza de la relación entre productores, distribuidores y consumidores.

Aunque este es el panorama económico, la realidad es que a medida que los procesos de producción y consumo se han tecnificado, los campesinos han dejado de ser los trabajadores directos de sus tierras, cultivos y animales, para verse absorbidos por un sistema que los somete a oficinas, trámites burocráticos y una interminable cadena de complejos procesos logísticos. Este cambio ha desdibujado su conexión con el campo y ha transformado su labor en una serie de gestiones administrativas, alejándolos de su papel tradicional como productores directos de alimentos, comerciantes e incluso como consumidores.

Debemos entender, si eso viene ocurriendo, es parte de una avanzada general en todo el sistema, como lo es por ejemplo los programas de fidelización, que evolucionaron desde tarjetas de descuento a estrictos sistemas de suscripción personalizada. Las empresas comenzaron a ofrecer servicios integrados que van más allá de la simple venta, creando experiencias de consumo cada vez más personalizadas y convenientes. Esta transformación tiene profundas implicaciones económicas y sociales, las cadenas comerciales se convirtieron en emporios de arquitectos vendedores de experiencias, utilizando la tecnología para redefinir las relaciones de consumo (Gasca & Torres, 2014).

Si observamos, la inteligencia artificial, el análisis de big data y las plataformas móviles permitieron una segmentación y personalización sin precedente. Vemos el impacto se extendió más allá del comercio minorista. Las cadenas globales reconfiguraron las cadenas de suministro, eliminando intermediarios y creando sistemas de distribución más eficientes. La tecnología permitió una optimización logística que redujo costos y tiempos de entrega, transformando fundamentalmente la manera en que los productos llegan a los consumidores.

La avanzada tecnológica ha convertido a las grandes cadenas en verdaderos ecosistemas comerciales. Ya no son simples puntos de venta, sino plataformas complejas que integran tecnología, logística, análisis de datos y experiencia de usuario en un sistema crítico y altamente sofisticado. Esta evolución representa más que un cambio tecnológico: es una profunda transformación social que redefinió las relaciones de consumo, la distribución de productos y la experiencia económica de las sociedades contemporáneas (Ludwig, 2011).

Más allá de las plazas de mercado tradicionales, en las últimas décadas han proliferado nuevos formatos para la comercialización de alimentos, especialmente supermercados y tiendas de cadena pertenecientes a grandes corporaciones nacionales e internacionales. Algunos investigadores (Patel, 2007) advierten que esto representa una

privatización y extranjerización del sistema alimentario, alejándolo del ideal de soberanía planteado por La Vía Campesina.

En Colombia, las prácticas empresariales de las grandes cadenas comerciales reflejan una profunda transformación iniciada en los años 90 con la apertura económica. El Grupo Éxito, fundado en 1949, se convirtió en pionero de esta modernización, inicialmente como una tienda local en Medellín y luego expandiéndose hasta convertirse en un conglomerado que domina el retail colombiano. Para (Patel, 2007), la llegada de capitales internacionales marcó un punto de inflexión. Empresas como Walmart, a través de su participación en el Grupo Éxito, introdujeron tecnologías de gestión y logística avanzadas. Entre 2000 y 2010, se implementaron sistemas ERP, códigos de barras y primeras plataformas digitales que transformaron radicalmente el comercio tradicional.

Las cadenas como D1 y Ara representan un modelo disruptivo específicamente adaptado al contexto colombiano. Surgieron como alternativas de bajo costo para sectores de menores ingresos, utilizando tecnologías de gestión que les permitían ofrecer precios significativamente más bajos que el comercio tradicional. Así también afirma (Coronado, 2010), el sector tecnológico colombiano se integró directamente en esta transformación. Empresas locales de desarrollo de software comenzaron a crear soluciones específicas para el retail, como sistemas de inventario en tiempo real, plataformas de análisis de datos y aplicaciones móviles de compra. A su vez, la digitalización encontró terreno fértil en Colombia.

Según datos del Ministerio de Tecnologías de la Información, para 2020 más del 60% de las grandes cadenas comerciales contaban con plataformas de comercio electrónico, una adopción acelerada por la pandemia de COVID-19 (MINTIC, 2020). Las cadenas también aprovecharon la segmentación geográfica como una estrategia de marketing que presenta a los clientes potenciales mensajes específicos en función de su ubicación geográfica, muy característica de Colombia. Desarrollaron estrategias diferenciadas para regiones como Bogotá, Medellín y la Costa Caribe, adaptando sus tecnologías y ofertas a las particularidades de cada mercado local. Sin embargo, esta transformación no estuvo exenta de consecuencias

sociales. Pequeños comerciantes y tiendas de barrio fueron progresivamente desplazados, generando una profunda reconfiguración del tejido comercial tradicional colombiano.

La implementación tecnológica reveló también las desigualdades estructurales. Mientras en ciudades principales se desarrollaban ecosistemas comerciales altamente sofisticados, en zonas rurales y pequeños municipios el acceso a estas tecnologías seguía siendo limitado. Las grandes cadenas tienden a priorizar sus intereses económicos sobre el bienestar de productores y consumidores locales. Adquieren productos baratos de donde sea, sin importar el impacto ambiental del transporte, y desplazan a los pequeños productores que no pueden competir en precio (MINTIC, 2020).

En Colombia, el transporte de alimentos perecederos desde regiones remotas implica el uso de extensas cadenas de frío y contenedores refrigerados, lo cual genera un alto consumo energético y, por lo tanto, una significativa emisión de gases de efecto invernadero. Este proceso no solo tiene repercusiones ambientales, sino que también contribuye a un modelo de consumo de alimentos que, a medida que se globaliza, desplaza las tradiciones alimentarias locales. Los productos que llegan a los mercados urbanos, en su mayoría procesados y estandarizados, a menudo contienen altos niveles de grasas, azúcares y conservantes, lo que aumenta el riesgo de enfermedades como la obesidad, diabetes y problemas cardiovasculares. De esta manera, los sistemas alimentarios globalizados no solo impactan negativamente la salud de la población, sino que también desincentivan el consumo de alimentos frescos y tradicionales que son parte integral de las costumbres locales (Reardon & Berdegue, 2002, pág. 137).

El origen de estos productos industrializados se encuentra en campos que, en su momento, eran orgánicos, pero que a lo largo de los años han sido transformados en grandes monocultivos destinados a satisfacer la demanda de una economía global. Estos

monocultivos, principalmente de palma de aceite, caña de azúcar y otros productos agrícolas, han reemplazado la biodiversidad que caracterizaba las prácticas agrícolas tradicionales colombianas. Adicionalmente, la expansión de la ganadería intensiva y las zonas francas, especialmente en áreas rurales, han contribuido a la degradación del medio ambiente, la pérdida de hábitats naturales y el desplazamiento de las comunidades que históricamente dependían de la agricultura diversa y sostenible.

Además, el largo recorrido de los alimentos, que cruzan fronteras para ser distribuidos, implica un alto costo energético y un impacto ambiental significativo debido al transporte en barco, avión y camión refrigerado. Este modelo de producción y consumo no solo afecta la salud pública y el medio ambiente, sino que también tiene implicaciones socioeconómicas, ya que muchas comunidades rurales ven cómo sus tierras se destinan a la producción de cultivos y productos para el mercado global, en lugar de fomentar la autosuficiencia alimentaria local. En consecuencia, las costumbres culinarias tradicionales, basadas en una dieta más variada y sostenible, pierden terreno frente a la oferta de alimentos procesados que, aunque accesibles, no contribuyen a un bienestar integral.

Si hacemos uso de la geografía crítica, notaremos que se ha analizado cómo el espacio se produce y organiza según intereses de clase y poder, lo que nos permite comprender la estratégica ubicación de las grandes cadenas comerciales en zonas de mayor poder adquisitivo. Esta distribución geográfica no solo refleja un proceso de segregación socioespacial, sino también un claro desarraigo entre los consumidores y el origen de los alimentos que adquieren (Harvey, 2012). La publicidad y la ambientación de estas tiendas contribuyen a alejar al consumidor de las realidades del proceso productivo, mientras que las avanzadas técnicas de estudios de mercado y geoestadísticas permiten a las empresas identificar las ubicaciones más rentables según el poder adquisitivo local. Este enfoque territorial no solo segmenta aún más las ciudades, sino que profundiza la brecha entre ricos y pobres. Las grandes superficies se instalan principalmente en áreas céntricas y acomodadas, mientras que las periferias populares quedan relegadas a un abastecimiento tercerizado, con productos de menor calidad nutricional y cultural.

La región Sabanera, en especial Bogotá, quedó atrapada en los eslabones más bajos de las cadenas productivas globales, exportando bienes primarios con poco procesamiento, mientras importa productos con mayor valor agregado de los países centrales. Este patrón neocolonial también se observa en el macrosistema agroalimentario, según expertos Colombia se ha especializado crecientemente en la exportación de productos tropicales que se integran en cadenas globales controladas por oligopolios transnacionales, mientras la producción interna es desplazada por importaciones subsidiadas. (Reardon & Berdegue, 2002, pág. 137).

De esta manera, la inserción de Colombia en el régimen alimentario corporativo reproduce la tradicional división internacional del trabajo entre países centrales proveedores de manufacturas y alimentos procesados, y países periféricos exportadores de materias primas (McMichael P. , 2009, pág. 139). Las corporaciones emplean poderosos sistemas de información y modelos matemáticos de optimización para gestionar sus complejas cadenas de suministro globales. Estos sistemas incluyen software especializado de planeación de recursos empresariales (ERP) por sus siglas en inglés y sistemas de ejecución de la manufactura (MES) por sus siglas en inglés, que permiten coordinar e integrar todas las etapas y actores de las cadenas, desde los proveedores de insumos hasta la distribución final. Lo que no se dice es la incidencia de la agricultura y el transporte, al ser los mayores indicadores de gases con efecto invernadero, basados en cálculos para el crecimiento empresarial mas no el cuidado del entorno.

En palabras de (McMichael P. , 2009, pág. 150), los modelos matemáticos de crecimiento exponencial utilizan técnicas avanzadas como programación lineal, programación entera, teoría de restricciones, entre otras, para determinar la asignación óptima de recursos y flujos logísticos que maximicen la eficiencia y minimicen costos. Esta dinámica amenaza la soberanía alimentaria, entendida como el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas agrarias y alimentarias de acuerdo con sus necesidades (Rosset, 2003), al depender excesivamente de las importaciones y de la volatilidad de los precios internacionales de los commodities agrícolas que se exportan.

La seguridad alimentaria, definida como el acceso físico, económico y social de todas las personas a una dieta nutritiva en todo momento, también se ve comprometida debido a esta dependencia de los mercados globales altamente fluctuantes. Frente al dominio de las cadenas de supermercados, La Vía Campesina, el movimiento campesino internacional más grande del mundo, define la soberanía alimentaria como "el derecho de los pueblos a alimentos saludables y culturalmente apropiados, producidos mediante métodos sostenibles, y su derecho a definir sus propios sistemas agrícolas y alimentarios" (La Vía Campesina, 2007). Este concepto, acuñado durante la Cumbre Mundial de la Alimentación en 1996, privilegia la producción y el consumo local, contraponiendo directamente la lógica corporativa de las grandes cadenas de distribución alimentaria. La soberanía alimentaria apunta a reconstruir circuitos cortos de producción y consumo, valorizar los alimentos locales y tradicionales, promover la agroecología y la economía campesina. Se trata de un paradigma alternativo al modelo corporativo dominante que lleva por nombre seguridad alimentaria, este por su lado apunta a corroer los circuitos cortos y relocalizados de producción-consumo, basados en la agricultura campesina y técnicas agroecológicas de altas emisiones.

Si bien los términos teóricos como lo es "La soberanía alimentaria" son conceptos valiosos para analizar los sistemas alimentarios, su vigencia y practicidad en el mundo, para el caso de la localidad podría verse cuestionada por el avance arrollador de las grandes cadenas de supermercados. A medida que estas corporaciones multinacionales extienden su dominio con nuevos formatos como tiendas de descuento, minimercados, fruiter y otras variantes, parece cada vez más difícil contrarrestar su influencia con alternativas alimentarias realmente soberanas y desconectadas de las redes de abastecimiento corporativas globalizadas. La omnipresencia de estas cadenas en barrios anteriormente abastecidos por circuitos locales, sumada a estrategias agresivas de marketing y precios bajos, hizo que los ideales de soberanía y autosuficiencia alimentaria local se vuelvan casi utópicos e inalcanzables más allá del discurso. Se necesitaría una verdadera reconexión de los productores locales-regionales con los consumidores finales, en resistencia a los oligopolios agroalimentarios, para revitalizar estos conceptos que de otro modo podrían seguir como una retórica obsoleta.

6.2. Dinámicas corporativas frente a las lógicas barriales en Fontibón.

Aunque la interpretación de los datos propios de recaudación de alimentos por plaza no es un valor disponible, según el rastreo en periódicos de la ciudad, el 28 de Febrero de 1993 la periodista (Hernández M. , 1993), escribió un artículo en el periódico EL TIEMPO donde cita a Benjamín Quiñonez, exgerente de Carulla, hablando con los directores y jefes de plazas de mercado de diferentes regiones del país que se reunieron en Cali para el segundo encuentro Nacional de Plazas de Mercado, manifestó que las plazas de mercado se han vuelto ineficientes por las mismas dinámicas de comercialización de alimentos, lo que no asombró a nadie, la causa es que las estaban desplazando desde hace mucho tiempo el sistema de autoservicio y supermercado, un mecanismo que a pesar de ser mucho más frío y distante, es también funcional, ordenado y no genera mayores inconvenientes.

La apertura de las tiendas de barrio en Fontibón tiene sus raíces en un proceso de transformación urbano que ha sido paralelo al declive de las formas comerciales tradicionales y populares. A medida que las dinámicas sociales y económicas de la localidad cambiaban, muchas de las casas que originalmente fueron lotes con solares y huertos, lugares destinados a la producción local de alimentos, comenzaron a transformarse en pequeños comercios, especialmente tiendas de barrio que operaban bajo un esquema de venta directa al consumidor. Esta transformación, de huertos y solares a locales de láchigo, no fue meramente un cambio en el uso del espacio, sino un reflejo de las presiones económicas y sociales que afectaron a la comunidad de Fontibón durante la urbanización acelerada del área.

Según (Ramírez & Pacheco, 2019), las tiendas de barrio, nacidas en este contexto, no solo surgieron como una solución práctica para resolver las necesidades alimentarias cotidianas de las familias, sino que también se convirtieron en un refugio frente a la expansión de los supermercados y autoservicios que poco a poco fueron desplazando los mercados tradicionales, incluidos las plazas de mercado. En este sentido, las tiendas de barrio desempeñan un papel esencial en la preservación de las formas comerciales autóctonas, especialmente en lo que se refiere a la venta de productos de consumo local, como el *láchigo*,

un alimento a granel que ha perdurado a lo largo de las décadas gracias a su accesibilidad y su carácter nostálgico, ligado a las costumbres populares de la región.

Este tipo de comercio de barrio se caracteriza por su cercanía con el consumidor, algo que las grandes cadenas comerciales han ido perdiendo con el tiempo. El *lichigo*, en particular, ha mantenido su vigencia debido a su capacidad para adaptarse a las necesidades de las familias de menores recursos, quienes pueden comprar solo lo necesario para la semana o el mes, y es aquí donde se evidencia la disparidad entre las propuestas comerciales modernas y las tradicionales. A lo largo de los años, este tipo de productos ha mantenido una relación de confianza con los consumidores, creando un vínculo que no solo es económico, sino también cultural y social.

De igual manera señala (Ramírez & Pacheco, 2019), la relación entre las tiendas de barrio y las plazas de mercado se convierte, entonces, en un reflejo de un proceso de cambio más amplio en la forma en que las comunidades interactúan con los mercados de alimentos. Las plazas de mercado, en sus orígenes, fueron puntos neurálgicos donde las familias se abastecían de productos frescos y de calidad, a menudo provenientes de productores locales. Sin embargo, con la expansión de las grandes superficies comerciales, la función de las plazas de mercado comenzó a declinar, siendo desplazada por un modelo más impersonal y menos accesible. Las tiendas de barrio, por su parte, asumieron una función de *intermediarios* entre las grandes cadenas de distribución y los consumidores locales, manteniendo vivas las tradiciones de compra directa y garantizando una oferta más personalizada.

Este proceso de transformación de la plaza de mercado a tiendas de barrio y grandes supermercados también debe ser comprendido dentro del contexto de las críticas sociales que a menudo se vierten sobre la desaparición de los mercados populares. Es importante señalar que la creciente apreciación por los supermercados y el autoservicio no solo responde a una cuestión de eficiencia y comodidad, sino también a una narrativa social que, en ocasiones, justifica la desaparición de las formas comerciales tradicionales como una consecuencia natural de la modernización y el progreso. Sin embargo, esta visión no es solo reductora, sino

también sesgada, ya que muchas veces se ignoran los beneficios sociales, económicos y culturales que las plazas de mercado y las tiendas de barrio brindaban a las comunidades.

La mala publicidad que, a menudo, se les da a las formas populares de comercio alrededor de los mercados de alimentos, como si fueran sistemas ineficientes, desordenados o incluso obsoletos, no solo refleja un prejuicio hacia las clases sociales que dependían de estas alternativas, sino que también invisibiliza el valor que estos espacios tenían en la construcción de una identidad local. Las plazas de mercado no eran solo centros de abastecimiento, sino lugares de encuentro social, de intercambio cultural y de resistencia frente a los modelos comerciales impuestos por las grandes corporaciones.

En este contexto, el *lichigo* y las tiendas de barrio se presentan como ejemplos de resiliencia comunitaria frente a las imposiciones del mercado globalizado. Estas pequeñas bodegas, muchas de ellas heredadas de la tradición agrícola de la localidad, han logrado mantenerse a pesar del avance de los supermercados, demostrando que, si bien la modernidad puede transformar las formas de comercio, no puede borrar la esencia de lo local, lo autóctono y lo comunitario.

A lo largo de las décadas, los comerciantes de estas tiendas han mantenido vivas las costumbres, adaptándose a los nuevos tiempos sin perder su vínculo con las raíces sociales y culturales que sustentan la identidad de Fontibón (Ramírez & Pacheco, 2019). Este fenómeno no es único de Fontibón, ya que en muchas otras zonas de Bogotá y del país, las tiendas de barrio se han mantenido como un refugio frente a la homogenización del mercado, brindando alternativas más humanas, cercanas y accesibles para las personas que buscan una opción diferente a la frialdad del autoservicio. Por ello, la desaparición de las plazas de mercado y la transformación de las tiendas de barrio en espacios más funcionales no deben ser vistas como una simple evolución comercial, sino como un proceso complejo que involucra tensiones sociales, económicas y culturales que siguen presentes en la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad.



Fotografía 19: Fotografía frente bodega de papa, *Una especialidad de las tiendas de barrio son las pequeñas bodegas de papa, en la imagen se observa como en la misma fachada de una casa esquinera que colinda con la vía del tren, aguarda en su interior tres negocios independientes (Espitia Espinosa, Archivo de fotografías plaza de mercado de Fontibon, 2024).*

Incluso la ubicación estratégica de las grandes superficies en zonas céntricas, comerciales y de alto tráfico peatonal y vehicular les brindaba una ventaja mayúscula sobre los pequeños negocios barriales. Se instalaban justo donde está los mayores flujos de consumidores potenciales para ser clientes; su surtido amplio de productos, que incluyó secciones de alimentos, electrodomésticos, ropa, artículos para el hogar y mucho más, eso los convirtió en un destino único y completo para las compras de las familias. Para (Ramírez & Pacheco, 2019), un pequeño comercio especializado nunca podría igualar esa oferta tan diversificada, con todas estas condiciones a su favor, cuando las grandes cadenas se

instalaban en una zona, comenzaban a desviar poco a poco a los consumidores locales que antes acudían a las pequeñas tiendas tradicionales. Las ventas de estos comercios de barrio caían estrepitosamente hasta niveles insostenibles, uno tras otro, históricamente han quedado sin más opción que cerrar sus puertas e irse a la quiebra.



Fotografía 20: Fotografía fachada de las tiendas, en esta imagen se observa cómo sobre el modelo de tienda de barrio ha transitado a las cadenas de minimercados, este ejemplo está asociado al grupo éxito a través de la línea comercial SurtiMax, parte del grupo éxito. Perteneciente al Grupo Gilinski, liderado por el empresario Jaime Gilinski Bacal, es uno de los conglomerados empresariales más importantes de Colombia (Espitia Espinosa, 2024).

La familia Gilinski ha construido su imperio empresarial durante varias décadas, con inversiones significativas en diversos sectores. En el sector bancario, son propietarios del GNB Sudameris Bank y anteriormente fueron dueños del Banco de Colombia y First Bank of Beverly Hills en Estados Unidos. En el sector de medios, son propietarios de la revista SEMANA, uno de los medios de comunicación más influyentes del país. Sus inversiones

también se extienden al sector de alimentos y retail, con participaciones importantes en Nutresa (después de una OPA lanzada en 2021), Grupo Sura y recientemente en Grupo Éxito. En desarrollo inmobiliario, han llevado a cabo proyectos significativos como el Panamá Pacífico en Panamá. El grupo se caracteriza por realizar adquisiciones estratégicas de grandes empresas y mantener una fuerte presencia internacional, con negocios en varios países de América Latina, Estados Unidos y Europa. Su influencia es notable en el sector financiero latinoamericano, y sus movimientos empresariales suelen tener un impacto significativo en el mercado colombiano. Jaime Gilinski Bacal es considerado uno de los hombres más ricos de Colombia y figura en la lista Forbes de multimillonarios.

El caso de OXXO en México representa un ejemplo paradigmático de cómo las cadenas comerciales pueden transformar radicalmente el paisaje comercial urbano. Fundada en 1978 en Monterrey, OXXO creció hasta convertirse en la cadena de tiendas de conveniencia más grande de América Latina, con más de 19,000 establecimientos tan solo en México (Femsa, 2022). Este formato aceleró los patrones tradicionales de consumo al introducir un sistema estandarizado de tiendas que operan 24/7, ofreciendo una combinación de productos básicos y servicios adicionales como pagos de servicios y corresponsalía bancaria.

Sin embargo, este crecimiento acelerado ha generado debates sobre su impacto en el tejido social y económico de los barrios, especialmente considerando que cada nueva apertura de OXXO puede afectar entre 3 y 5 tiendas tradicionales en su área de influencia inmediata. Esto refleja una tendencia más amplia en la modernización del comercio minorista latinoamericano, donde la eficiencia operativa y la estandarización compiten directamente con el modelo personalizado y comunitario de las tiendas de barrio. Su modelo de expansión agresiva resultó en la desaparición de miles de tiendas familiares y pequeños comercios tradicionales en las ciudades mexicanas. Esta transformación del tejido comercial mexicano se caracterizó por lo que (Gasca & Torres, 2014) denominan "efecto desplazamiento", donde la saturación territorial de tiendas OXXO generó una progresiva erosión de las economías barriales. Los autores documentan cómo en ciudades como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, la densidad de tiendas OXXO llegó a ser de una sucursal cada 1.5 kilómetros

en zonas urbanas, creando verdaderos "desiertos comerciales" donde antes existía una diversidad de pequeños establecimientos.

La llegada de OXXO a Colombia en 2021 replica este modelo expansivo. Según (Hernández P. , 2023), la empresa planea abrir más de 500 tiendas en el país durante sus primeros cinco años de operación, concentrándose inicialmente en las principales ciudades. Este proceso de expansión sigue patrones similares a los observados en México: ubicación estratégica en esquinas de alto tráfico, horarios extendidos y una agresiva política de precios que ejerce presión sobre el comercio local tradicional. La estrategia de OXXO en Colombia refleja que la realidad se trata de competencia capitalista, donde la acumulación de capital desde hace más de dos siglos devora y elimina a los más pequeños, así las grandes corporaciones utilizan su poder económico y logístico para desplazar formas tradicionales de comercio, transformando no solo las dinámicas económicas sino también las relaciones sociales y culturales que caracterizan a los barrios tradicionales.

6.3. Principales Tiendas de Cadena en la localidad.

En Bogotá, la expansión de supermercados, restaurantes de comida rápida y otros formatos modernos ha transformado los hábitos de consumo. Aunque estos canales ofrecen más opciones a precios bajos, han impulsado dietas altas en alimentos procesados y ultraprocesados, ricos en grasas, azúcares y sal, lo que genera serios riesgos para la salud. Este cambio en los patrones alimenticios refleja una preocupación creciente sobre los efectos negativos de la industrialización de la comida. Esto está asociado a sobrepeso, obesidad, diabetes, hipertensión y otras enfermedades crónicas (Ludwig, 2011, págs. 1352 - 1353). Generan confusión respecto al origen y calidad de los productos a través del marketing, las marcas y los envases llamativos.

En palabras de (López-García & Morales, 2021, págs. 78-96), el marketing agresivo, las marcas globales y los envases visualmente atractivos son herramientas clave en la estrategia de las cadenas de supermercados para atraer a los consumidores. Estos métodos, al generar una percepción distorsionada sobre el origen y la calidad de los productos, contribuyen a la confusión sobre lo que realmente estamos consumiendo. Además, las promociones y las ofertas continuas de alimentos procesados y ultraprocesados refuerzan hábitos de consumo poco saludables, desviando la atención de las opciones más nutritivas y frescas. Un aspecto crítico de esta transformación en el patrón de consumo es la desconexión que se genera entre los consumidores y los ciclos naturales de producción agrícola. La constante disponibilidad de productos como frutas y verduras fuera de temporada, impulsada por la logística global y los avances tecnológicos, desvincula a los consumidores de la realidad agrícola local. Esto no solo distorsiona la percepción de la estacionalidad de los alimentos, sino que también empobrece la conexión cultural y el conocimiento tradicional sobre las temporadas de cosecha.

Este cambio en los hábitos alimenticios, promovido principalmente por los supermercados y restaurantes de comida rápida, tiene repercusiones profundas en la salud pública. Así lo afirma (OPS/OMS, 2023), el consumo masivo de productos ricos en grasas, azúcares y sal, propios de los alimentos procesados, está relacionado con el aumento de enfermedades crónicas como la obesidad, diabetes tipo 2 y enfermedades cardiovasculares. Estas enfermedades afectan a un amplio sector de la población, especialmente a los grupos vulnerables que, debido a limitaciones económicas, recurren a opciones más baratas pero menos nutritivas.

En síntesis, el patrón de consumo impuesto por las grandes cadenas de distribución no solo pone en riesgo la salud de la población, sino que también fomenta la pérdida de la cultura alimentaria local, despojando a las generaciones actuales de sus tradiciones y conocimientos ancestrales sobre los alimentos. A la par, esta transformación ha creado una división social cada vez más marcada, en la que los grupos con mayores recursos acceden a alimentos frescos, locales y de mejor calidad, mientras que aquellos con menos poder

adquisitivo se ven forzados a depender de productos industriales, a menudo perjudiciales para la salud. Esta segregación en el acceso a una alimentación adecuada refuerza las desigualdades sociales y económicas, generando un círculo vicioso difícil de romper.

La creciente dependencia de plásticos de un solo uso, como se observa en la fotografía 20, es solo una de las manifestaciones de un sistema alimentario que prioriza la conveniencia y la estética por encima de la sostenibilidad y el respeto por las tradiciones locales. Esta forma de empaquetar los productos, en la que las frutas son presentadas en envases plásticos, no solo es perjudicial para el medio ambiente, sino que también refleja cómo la industria ha logrado sustituir las costumbres culinarias que durante siglos fueron parte de la cultura local.



Fotografía 21: *Un poco de comida en mi plástico*, en la fotografía evidenciamos frutas almacenadas en plásticos de un solo uso, innecesarios y perjudiciales por la transmisión de micro pasticos y la pérdida de tanto de conocimientos como de hábitos tradicionales, reemplazados por la oferta (Espitia Espinosa, 2024).

La transición hacia los monocultivos transgénicos, que proporcionan un suministro constante y a gran escala, también ha contribuido a la erosión de la diversidad de alimentos tradicionales, creando un sistema alimentario globalizado donde las opciones naturales y estacionales son cada vez más limitadas. En este contexto, las grandes superficies comerciales, como se ilustra en la **Fotografía 21**, se convierten en el centro de un modelo de consumo que promueve la homogenización de los productos alimentarios. Los pasillos llenos de productos de marcas globalizadas no solo reemplazan a los productos tradicionales, sino que también cambian las dinámicas de acceso a los alimentos. Mientras que los consumidores con mayores recursos pueden acceder a alimentos frescos y de calidad, aquellos con menos poder adquisitivo quedan excluidos de las opciones más saludables, viéndose forzados a consumir productos más baratos, pero con un valor nutricional y cultural mucho más bajo. Este fenómeno refleja una creciente segregación social, donde el acceso a una alimentación adecuada se convierte en un privilegio, no un derecho.



Fotografía 22: Pasillos completos, en la fotografía evidenciamos alacenas con los productos de tendencia y venta que reemplazaron los segmentos tradicionales por las demandas, nuevos consumidores de

acuerdo con su poder adquisitivo van a estos lugares. Quienes tienen menos ingresos acceden a otros sectores populares y con algunas características menores (Espitia Espinosa, Archivo Fotografías plaza de mercado de Fontibón).

La globalización y la expansión de grandes corporaciones ya expuestas han transformado profundamente los mercados locales, especialmente en lo que respecta a la oferta alimentaria, sabiendo que las cadenas de restaurantes de comida rápida han transformado significativamente el paisaje gastronómico de la localidad de Fontibón en Bogotá. Su expansión estratégica se ha visto favorecida por factores geográficos y económicos clave: la proximidad al Aeropuerto Internacional El Dorado, la presencia de importantes tiendas de consumo, y el desarrollo de zonas empresariales que han convertido a la localidad en un punto neurálgico de actividad comercial.

McDonald's emerge como uno de los actores dominantes en este escenario, con ubicaciones estratégicas en el Centro Comercial Hayuelos y cerca al Terminal Aéreo. Su presencia no solo atrae a residentes locales sino también a viajeros en tránsito, consolidando su posición como referente internacional de comida rápida. Por su parte, El Corral ha establecido una presencia significativa en los centros comerciales y zonas empresariales, posicionándose en un segmento "premium" del mercado de comida rápida que busca diferenciarse de la oferta tradicional.

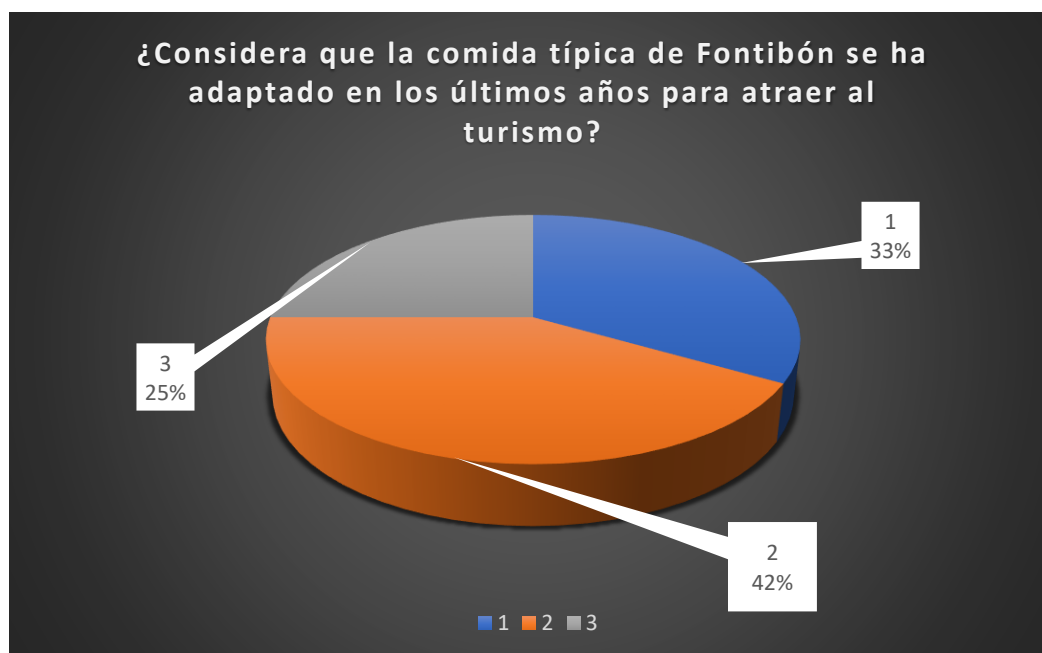
Subway ha encontrado su nicho en las zonas empresariales y comerciales, promocionando una alternativa que se presenta como más saludable dentro del espectro de la comida rápida. Esta estrategia ha resultado particularmente efectiva en áreas de oficinas, donde los trabajadores buscan opciones rápidas pero percibidas como más nutritivas para sus almuerzos. En el segmento de pollo frito, Frisby y KFC mantienen una intensa competencia. Frisby ha logrado una penetración significativa en zonas residenciales mediante la adaptación de sus productos a los gustos locales y un eficiente sistema de delivery, mientras que KFC concentra su presencia en centros comerciales y zonas de alto tráfico peatonal.

La influencia de estas cadenas va más allá de la simple oferta de alimentos. Han introducido cambios fundamentales en los patrones de consumo locales a través de estrategias agresivas de precios, sistemas de delivery cada vez más eficientes, y programas de fidelización que buscan crear relaciones a largo plazo con los consumidores. El marketing dirigido a diferentes segmentos poblacionales y la adaptación de menús a preferencias locales han sido claves en su éxito. Según (Hernández P. , 2023), este fenómeno ha tenido importantes implicaciones socioeconómicas en Fontibón. Se observa una progresiva transformación de los hábitos alimentarios tradicionales, mientras los restaurantes locales independientes enfrentan una creciente presión competitiva.

La estandarización de la oferta gastronómica y los cambios en el uso del espacio comercial reflejan una tendencia más amplia hacia la homogeneización cultural. Particularmente notable es el impacto en la población joven, que muestra una marcada preferencia por estas cadenas, influenciada por estrategias de marketing agresivas y la asociación de estas marcas con un estilo de vida moderno y globalizado. La expansión de estas cadenas de comida rápida en Fontibón representa un microcosmos de tendencias globales más amplias en la industria alimentaria, donde la eficiencia operativa, la estandarización y las economías de escala prevalecen sobre las tradiciones culinarias locales. Este proceso de transformación continúa redefiniendo no solo los hábitos alimentarios, sino también el tejido social y comercial de la localidad.

Basta con las conclusiones de (Hernández P. , 2023), para señalar la creciente influencia de supermercados, franquicias y cadenas internacionales ha impulsado la homogenización de los productos, llevando a una pérdida progresiva de la diversidad culinaria tradicional. Esta tendencia se refleja también en las comunidades que, como Fontibón, han comenzado a adaptar sus productos y gastronomía local en respuesta a las demandas del turismo y la globalización. Las presiones para modernizar las tradiciones culinarias y adaptarlas a un mercado más amplio han generado un dilema entre conservar la autenticidad de la comida típica y satisfacer las expectativas de una economía turística que favorece lo estandarizado y lo "consumible" a gran escala. Esta transformación no solo afecta

el patrimonio cultural, sino que también plantea preguntas sobre el equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación de la identidad local.



Grafica 2: Es un gráfico de pastel, se le preguntó a los encuestados: "¿Considera que la comida típica de Fontibón se ha adaptado en los últimos años para atraer al turismo?". Las respuestas indican lo siguiente: 1 (azul): 33% de los encuestados respondieron afirmativamente, es decir, que sí consideran que la comida típica de Fontibón se ha adaptado para atraer al turismo en los últimos años. 2 (naranja): La mayor porción, con un 42%, corresponde a quienes respondieron lo contrario, es decir, que no creen que la comida típica se haya adaptado con fines turísticos. 3 (gris): Un 25% de los encuestados seleccionó esta opción de respuesta, que represente una posición neutral, intermedia o de indecisión frente a la pregunta planteada. En resumen, el gráfico de pastel muestra una división de opiniones mayor entre quienes perciben una adaptación de la gastronomía local para el turismo (33%) y quienes no lo consideran así (42%), con una pequeña porción (14%) que se situó en una posición de incertidumbre. Encuesta construida por el autor, **Anexo 2** (2024).

Este patrón de consumo se ve reflejado en la encuesta de percepción presentada en la , que revela una división de opiniones sobre la adaptación de la comida típica de Fontibón para atraer al turismo. Aunque muchos consideran que la gastronomía local ha cambiado para responder a las demandas turísticas, otros más creen que no ha habido una transformación significativa. Esta discrepancia refleja una tensión entre la preservación de las tradiciones y la necesidad de adaptarse a un mercado más globalizado. Las presiones externas para "modernizar" la comida local a menudo resultan en la pérdida de la autenticidad culinaria,

mientras que las grandes cadenas de supermercados y franquicias continúan dominando el panorama, promoviendo productos estandarizados que despojan a las comunidades de su riqueza gastronómica.

Apoyado en (Gutman, 2002) La concentración de poder corporativo trajo consigo la expansión de las grandes cadenas nacionales e internacionales de supermercados y comidas rápidas, representan una creciente concentración del poder corporativo en el sistema agroalimentario. Es sabido, unas pocas megacorporaciones transnacionales controlan franquicias, supermercados, procesamiento de alimentos y distribución a escala global. Pueden imponer sus condiciones comerciales y productivas en toda la cadena. Esta aguda concentración limita la autonomía de los Estados para diseñar políticas que protejan a los pequeños productores y regulen el sector en función del bien común. Las grandes cadenas ejercen un enorme poder simbólico y publicitario para moldear patrones de consumo e imponer sus marcas como referentes culturales dominantes, la población internalizó esas marcas e imágenes corporativas como parte de su vida cotidiana, a través de estrategias de marketing intensivo (Klein, 2002).

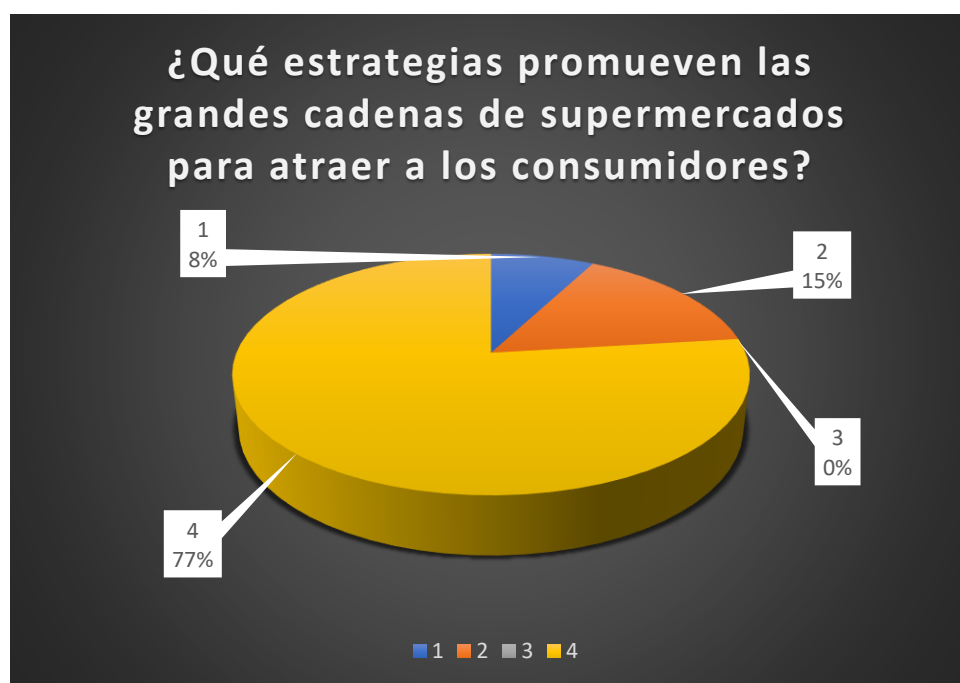


Imagen 45: Es un gráfico de pastel, se le preguntó a los encuestados: "¿Qué estrategias promueven las grandes cadenas de supermercados para atraer a los

consumidores?". Las respuestas indican lo siguiente: 1 (azul): 8% de los encuestados respondieron que estas corporaciones buscan la ubicación de locales en sitios céntricos y de fácil acceso. 2 (naranja): El 15% de las personas le atribuyen el uso de publicidad masiva en diferentes medios. 3 (gris): Un 0% de los encuestados seleccionó esta opción de respuesta, en la que señala su éxito es debido a los ambientes cómodos y servicios automatizados. 4(naranja): Con un 77% la mayoría está de acuerdo con todas las opciones anteriores. En resumen, el gráfico de pastel muestra una concentración de estrategias tanto publicitarias como geográficas (77%). Encuesta construida por el autor, **Anexo 2** (2024).

Los supermercados promueven así una "colonización corporativa" de la cultura y el imaginario colectivo en América Latina, que naturaliza el dominio de las megaempresas transnacionales sobre la producción, distribución y consumo de alimentos. Según la Cámara de Comercio de Bogotá (Bogotá, 2019), en la ciudad operan más de 30 cadenas de supermercados que capturan cerca del 65% de las ventas minoristas de alimentos. Las marcas con mayor presencia son D1, Ara, Éxito, Jumbo, Olímpica. Se estima que hay más de 2.500 establecimientos de comida rápida, liderados por McDonald's, Kokoriko, Presto y Frisby.

RANKING DE ESTIMA EN RETAIL

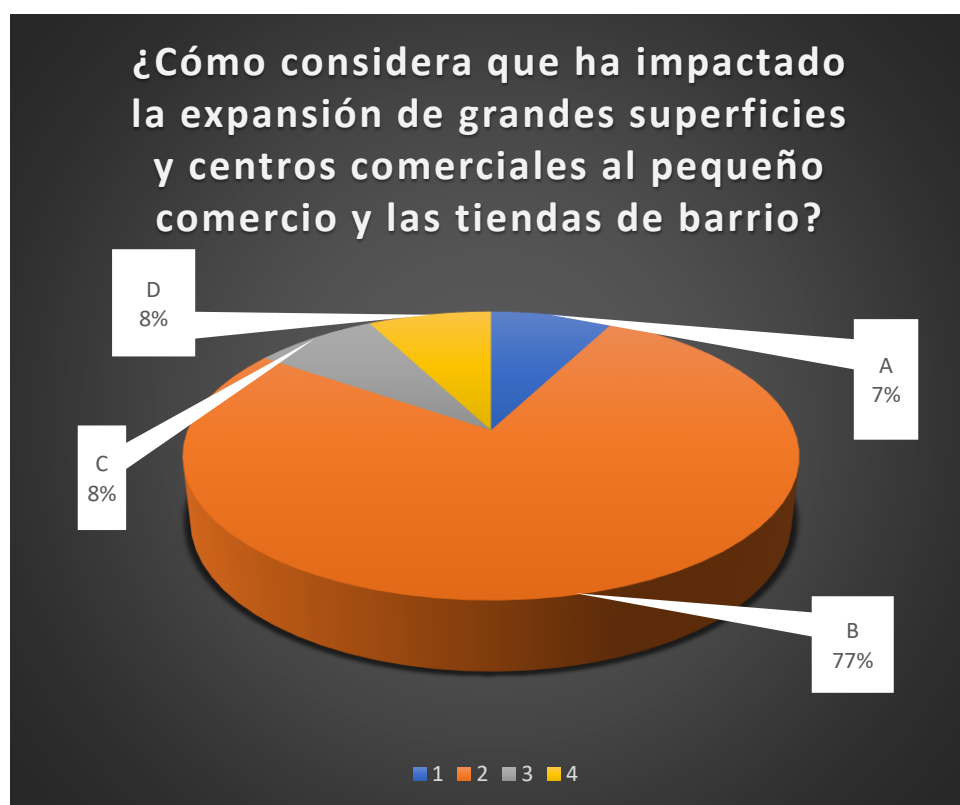
Puntaje sobre 100



Fuente: Brand Asset Valuator de VMLY&R / Gráfico: LR-AL

Tabla 1: RANKING DE ESTIMA RETAIL, la imagen presenta un "Ranking de Estima en Retail" que evalúa y puntúa a varias cadenas de supermercados o tiendas minoristas en Colombia. El ranking asigna un puntaje sobre 100 a cada cadena, ordenándolas del 1 al 5 según su puntuación. En el primer lugar se encuentra Tiendas D1 con 97.9 puntos, seguida por Ara con 79.5 puntos en el segundo puesto. El tercer lugar es ocupado por Éxito con 96.1 puntos, mientras que Jumbo se ubica cuarto con 79.6 puntos. Finalmente, la cadena Olímpica ocupa el quinto lugar con 81 puntos .

En los barrios populares persisten las tiendas de barrio tradicionales, pero con creciente competencia de formatos modernos como tiendas D1 y Ara orientados a estratos bajos. También han surgido alternativas como los Fruver, mercados campesinos y minoristas especializados en productos orgánicos. Pero su alcance es reducido y con precios elevados que restringen el acceso para muchos consumidores clave, así lo demuestra los datos cuantificados en la siguiente grafica.



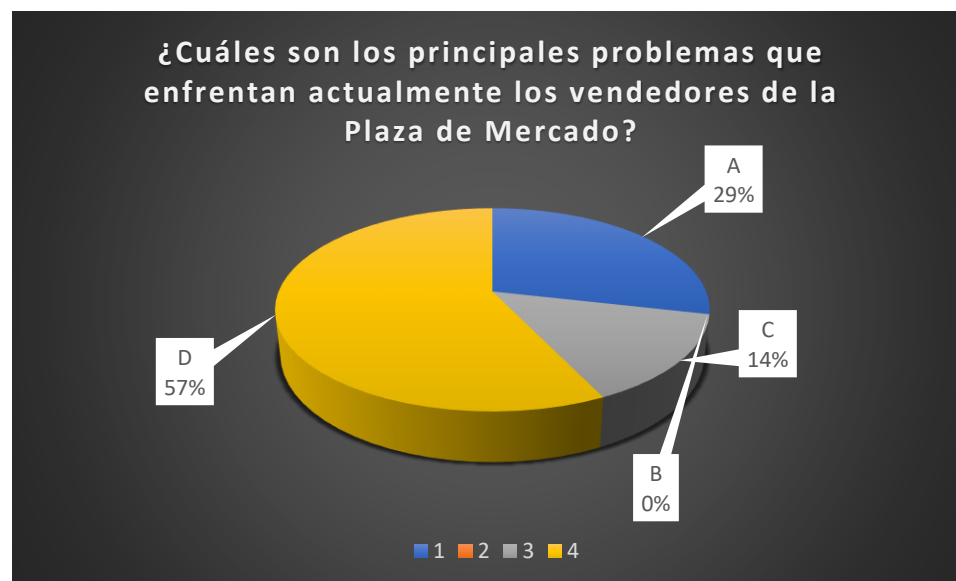
Grafica 3 La imagen es una estadística en forma de torta, en ella las repuestas de los entrevistados seleccionado con criterio aleatoriamente significativo, la pregunta enuncia

¿Cómo considera que ha impactado la expansión de grandes superficies y centros comerciales al pequeño comercio y las tiendas de barrio? Respuestas: A) Les ha restado participación en el mercado pero siguen siendo competitivos. B) Muchos de los pequeños comerciantes han tenido que cerrar por la competencia. C) No ha tenido mayor impacto porque atienden nichos de mercado diferentes D) No tengo una opinión formada sobre este tema. Resultados: A)7% B)77% C)8% D)8%. Encuesta construida por el autor, Anexo 2 (2024).

No obstante antes y ahora, Bogotá no escapa a la tendencia generalizada en América Latina donde las cadenas globales de supermercados y comidas rápidas han penetrado velozmente, transformando los patrones de producción, distribución y consumo alimentario. Sus impactos negativos se dejan sentir en la salud pública, el empleo, los ingresos campesinos y la cultura alimentaria local. La llegada de grandes cadenas de supermercados y tiendas comerciales a una zona urbana tuvo un impacto devastador sobre el tejido de pequeños negocios locales que existía previamente. Esta relación asimétrica de fuerzas entre los grandes jugadores corporativos y los comercios de barrio tradicionales terminaron casi siempre con el aplastamiento de estos últimos.

Las grandes superficies contaban con enormes ventajas competitivas que los pequeños negocios familiares difícilmente podían igualar. En primer lugar, su vasto poder de compra les permitía adquirir productos a precios muy inferiores, gracias a las economías de escala que manejaban con los volúmenes masivos que comercializaban. Un pequeño comerciante nunca podría acceder a esos precios de aprovisionamiento, menos en el sector de alimentos cuando existe unas centrales de abasto.

Adicionalmente, las grandes cadenas poseían un musculoso poder de negociación frente a proveedores industriales y agroindustriales. Pudieron imponer sus condiciones de pago, crédito, descuentos por volumen y otros beneficios por el simple hecho de representar una porción mayúscula de las ventas de esos proveedores. Un pequeño comercio como el de la plaza distrital careció totalmente de capacidad para negociación.

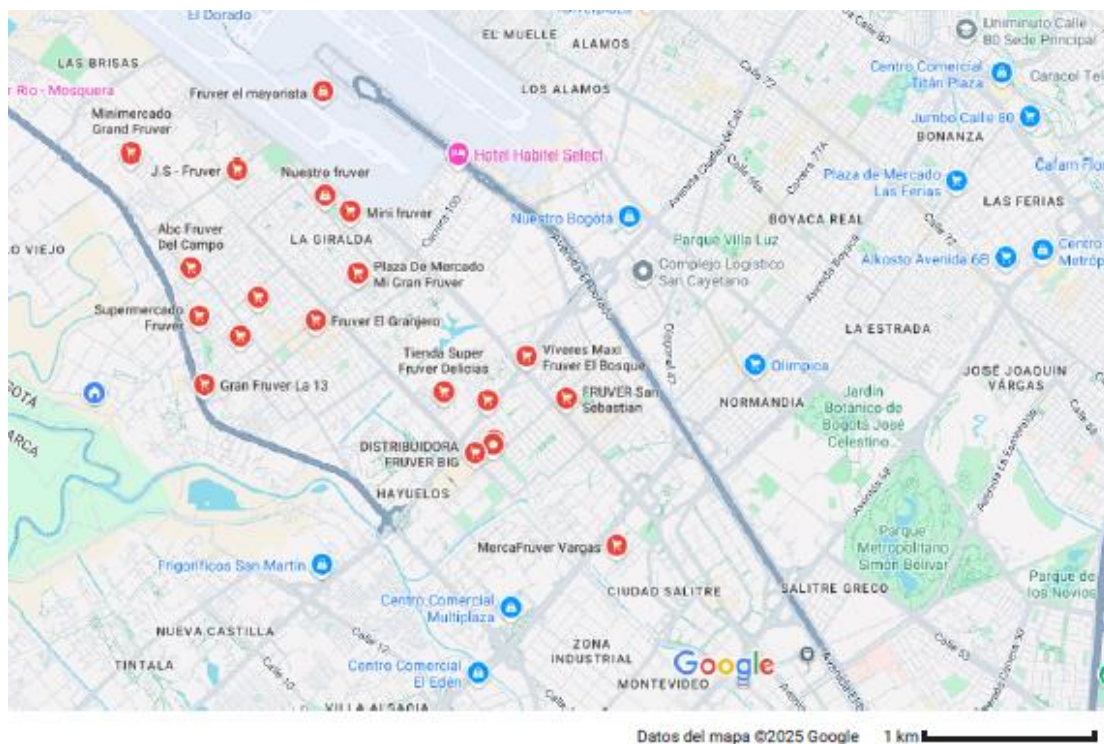


Grafica 4: Esta imagen es una estadística en forma de torta, en ella las repuestas de los entrevistados seleccionado con criterio aleatoriamente significativo, la pregunta enuncia ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan actualmente los vendedores de la Plaza de Mercado? Respuestas: a) Competencia del comercio informal en los alrededores b) Costos elevados de mantenimiento de los puestos c) Desinterés de las entidades gubernamentales en mejorar la Plaza d) Todas las anteriores. Resultados: A)29% B)0% C)14% D)57%. Cuestionario construido por el investigador, Anexo 2 (2024).

6.4. Que son los Fruver y los mercados orgánicos.

En el contexto de la transformación de los mercados tradicionales, el surgimiento de los "Fruver" en Fontibón durante la primera década del siglo XXI representa una respuesta a las demandas cambiantes de los consumidores. Sin embargo, a pesar de su apariencia de alternativa a los mercados tradicionales, los "Fruver" no ofrecen un circuito alimentario realmente diferente. En lugar de generar una propuesta de valor que fomente la producción local o la sostenibilidad, estos comercios se limitan a revender los mismos productos disponibles en las plazas de mercado, pero a precios más elevados. Este modelo de negocio no contribuye a la diversificación del acceso a alimentos frescos y de calidad, sino que refuerza la estructura del mercado existente sin desafiar los patrones comerciales dominantes. Así, los "Fruver" se convierten en un ejemplo de cómo ciertos formatos alternativos no logran transformar de manera significativa las dinámicas de consumo local. Los "Fruver" (tiendas especializadas en frutas y verduras) y los mercados orgánicos han surgido como una supuesta alternativa más saludable a los grandes supermercados. Sin embargo, un análisis más

profundo revela que en gran medida reproducen las mismas dinámicas de la cadena de abastecimiento corporativa convencional (Machado, 2017).



Mapa 6: Mapa de Bogotá, en él se observa la delimitación de la localidad Novena - Fontibón con respecto a la ciudad y el límite occidental con otros municipios, están señalados con punto de color rojo, los principales Fruver de la localidad, impacta ver el corto rango que existe entre cada uno, compitiendo no solo entre los mismos mercados sino también con la plaza distrital. (Google, Google Maps, 2025)

Si bien los Fruver pueden parecer una opción más saludable, en realidad el **Mapa 6**, nos muestra la expansión de la cadena de abastecimiento corporativa. Sus productos provienen de las mismas fuentes que los supermercados convencionales, con los mismos impactos ambientales y sociales. Los Fruver usualmente carecen de sistemas de trazabilidad y control de calidad tan sofisticados como los supermercados, dificultando verificar el origen de sus productos.

Diversos autores han analizado cómo América Latina se insertó de forma subordinada en las cadenas globales de valor, especializándose en la provisión de materias primas con escaso valor agregado. Un impacto sobre pequeños productores y trabajadores es la

proliferación de supermercados y cadenas de retail¹² que han tenido un fuerte impacto negativo sobre los pequeños productores agrícolas y campesinos en América Latina. Al priorizar la estandarización, homogeneización y economías de escala, estos formatos excluyen a los pequeños proveedores que no pueden cumplir sus estrictos requisitos de volumen, presentación y continuidad en el abastecimiento (Reardon T. , Timmer, Barrett, & Berdegúé, 2003). Muchos campesinos y agricultores familiares que vendían tradicionalmente en plazas de mercado y pequeños comercios se han visto desplazados y forzados a abandonar la actividad productiva. Sus ingresos y nivel de vida se han deteriorado significativamente. Por el contrario, los grandes productores capitalizados se han beneficiado al integrarse como proveedores de las cadenas de supermercados (Gutman, 2002, págs. 11 - 34).

La aparente diversidad y diferenciación que presentan los Fruver como negocios independientes y especializados es en gran medida una ilusión comercial. A pesar de que estos establecimientos suelen promocionarse como alternativas más naturales y directas para adquirir productos frescos, la realidad es que operan dentro del mismo sistema centralizado de distribución que utilizan las grandes cadenas de supermercados. Esto significa que la mayoría de los Fruver obtienen sus productos de los mismos proveedores mayoristas, centrales de abasto o distribuidores que abastecen a los supermercados convencionales, simplemente revendiendo la mercancía en un formato de tienda diferente.

Esta situación desmitifica la percepción común de que los Fruver ofrecen productos más frescos o con un origen más directo del campo, ya que en realidad están integrados en las mismas redes logísticas y cadenas de suministro que dominan el mercado minorista de alimentos. Estos formatos comerciales, como las grandes cadenas de supermercados, ejercen una presión constante para reducir los costos laborales en toda la cadena de suministro.

¹² Las cadenas de retail o comercio moderno de grandes superficies comerciales como hipermercados, supermercados, tiendas de descuento, etc. que venden productos al consumidor final, reduciendo el valor unitario por cantidad comprada.

Cuando una empresa se enfoca principalmente en maximizar el precio de adquisición de sus productos (es decir, obtener el mayor precio posible al venderlos), esto genera una presión significativa por reducir los costos de producción para mantener o aumentar los márgenes de ganancia. Esta dinámica tiene un impacto directo en las condiciones laborales, ya que los salarios y beneficios de los trabajadores representan uno de los mayores costos operativos. Como resultado, los productores y procesadores suelen recurrir a estrategias que afectan negativamente a sus empleados: recortan salarios para reducir gastos, evaden el pago de prestaciones laborales legalmente establecidas (como seguro médico o vacaciones), y presionan a los trabajadores para que aumenten su productividad sin compensación adicional, intensificando los ritmos de trabajo hasta niveles que pueden ser insostenibles o incluso peligrosos

Este proceso está enmarcado dentro de la flexibilización laboral, una tendencia que se aceleró con la globalización neoliberal a partir de finales de los años 80. En Colombia, esta dinámica se profundizó durante los gobiernos de Álvaro Uribe (2002-2010), que implementaron políticas de desregulación laboral y debilitaron los sindicatos con el objetivo de atraer más inversión extranjera. De esta manera, los trabajadores del sector agroalimentario y de la cadena de suministro se han visto afectados por condiciones laborales más precarias, mientras las grandes corporaciones se benefician de la optimización de sus costos operativos.



***Fotografía 22: Pasillos completos,** en la fotografía evidenciamos la organización interna de los mercados tipo Fruver quienes han aprovecha la estética de los mercados tradicionales con la intención de atraer a la misma clientela en un formato que les permite pagos automatizados y descuentos constantes .*

Sus frutas y verduras usualmente no provienen de circuitos cortos o agricultura local, sino de los mismos grandes productores y centrales de abastos que surten a las grandes cadenas. Por lo tanto, los impactos ambientales y sociales de su modelo de producción intensivo son similares. Algunos mercados orgánicos o de productos ecológicos ofrecen alimentos cultivados bajo principios agroecológicos por pequeños productores locales. Sin embargo, suelen tener un nicho muy limitado, enfocado en consumidores de alto poder adquisitivo en zonas urbanas. Sus precios elevados los hacen inaccesibles para la mayor parte de la población. En ambos casos, Fruver y mercados orgánicos, se mantiene una desconexión con los territorios y comunidades tanto locales como rurales, siendo las ultimas donde se produce el grueso de los alimentos que se consumen en las ciudades.

Aunque existen otras iniciativas como las ferias campesinas, los sistemas de venta directa por suscripción, los grupos de consumo agroecológico y las cooperativas de consumo responsable ofrecen una alternativa valiosa para acercar a los productores y consumidores, estas propuestas no logran penetrar de manera significativa en el grueso de la sociedad urbana. Esto se debe a una serie de barreras estructurales y sociales que dificultan su expansión en las áreas urbanas. En primer lugar, la vida urbana está marcada por una alta intensidad de tiempo y una organización del espacio que favorece la conveniencia y la rapidez, lo que limita la disposición de los habitantes a participar en circuitos cortos de comercialización que requieren un mayor compromiso de tiempo y esfuerzo. Las demandas del trabajo, la falta de espacio y la dinámica acelerada de las ciudades hacen que muchas personas no puedan integrar estos modelos en su rutina diaria.

Además, estas iniciativas, aunque beneficiosas, no llegan a ser de carácter popular en su mayoría, ya que dependen de la disposición de los consumidores a priorizar un modelo alternativo de consumo que, en muchos casos, es percibido como una opción marginal o elitista. Aun cuando algunos logran implementarse, la financiación y sostenibilidad de estas prácticas se ve afectada por la escasez de recursos asignados, las dificultades para regular y

mantener la infraestructura necesaria, y la falta de apoyo institucional para el fomento de estos modelos. A esto se suman problemas como la rigidez de las leyes y la burocracia que regulan estos procesos, lo que puede hacer que las iniciativas enfrenten obstáculos para ser legalmente viables o se vean desbordadas por la falta de recursos para su correcto funcionamiento.

El otro factor crucial es la violencia y la persecución que a veces enfrentan estos modelos alternativos en los barrios y comunidades urbanas. En ciertos contextos, las iniciativas locales pueden ser vistas con desconfianza o incluso enfrentarse a la oposición de actores económicos o políticos interesados en mantener el statu quo. Esto limita el alcance y la efectividad de los circuitos cortos de comercialización, que, aunque ideales en principio, se ven constantemente amenazados por un entorno urbano que no siempre favorece la organización comunitaria o la producción y el consumo responsable a gran escala.

Una verdadera transición hacia sistemas alimentarios sostenibles implica replantearnos el modelo agroindustrial prevaleciente, basado en una agricultura industrial extractivista, alta dependencia de insumos externos, uso intensivo de agrotóxicos y orientada a la exportación. Se requiere avanzar hacia formas de producción agroecológicas que restituyan la armonía entre ciclos naturales y actividades productivas, priorizando la soberanía alimentaria, la agrobiodiversidad y los saberes ancestrales. La agroecología replantea las relaciones campo-ciudad, ser humano-naturaleza y los hábitos alimentarios, promoviendo la revalorización de culturas y economías rurales.

La agroecología, al replantear las relaciones entre el campo y la ciudad, así como entre el ser humano y la naturaleza, nos invita a reflexionar sobre la forma en que nos relacionamos con los alimentos y el entorno que los produce. Promueve la revalorización de las culturas y economías rurales, subrayando la importancia de un enfoque más sostenible y justo en la producción de alimentos. Este enfoque no solo busca recuperar prácticas agrícolas

tradicionales, sino también establecer conexiones más directas entre productores y consumidores, y generar una relación más equilibrada con el medio ambiente. Sin embargo, el contexto global del sistema agroalimentario es complejo y está dominado por fuerzas mucho más amplias que afectan las decisiones sobre qué, cómo y dónde se producen los alimentos.

Es aquí donde surge la necesidad de analizar el sistema agroalimentario a escala global, que está marcado por una concentración de poder en unas pocas corporaciones transnacionales, partícipes y jurados en el mismo sector dictan las reglas del juego en términos de producción, distribución y consumo. Este sistema, impulsado por la globalización, ha transformado profundamente la producción agrícola, con un enfoque que prioriza la eficiencia y la maximización de beneficios, a menudo en detrimento de la sostenibilidad y la equidad social. ¿Cómo afecta este sistema globalizado a las iniciativas agroecológicas locales? ¿Qué implicaciones tiene la concentración del poder corporativo en la producción de alimentos para las economías rurales y la seguridad alimentaria a nivel local? Estas son algunas de las preguntas clave que debemos abordar para entender las dinámicas que configuran el panorama actual de la alimentación global.

VII. SISTEMA AGROALIMENTARIO ESCALA GLOBAL.

La expansión de las cadenas de supermercados analizada en el capítulo anterior tiene que ver con procesos más amplios de transformación económica, con ordenes de producción promovidas por el orden mundial. Está directamente cohesionado con el denominado sistema agroalimentario global al ser un complejo entramado de producción, distribución y consumo de alimentos que opera a escala internacional, trascendiendo las fronteras nacionales. Este sistema integra múltiples actores como agricultores, corporaciones transnacionales, comercializadores, supermercados, empresas de procesamiento alimentario y consumidores finales. Su funcionamiento se caracteriza por una serie de interconexiones económicas, políticas y tecnológicas que determinan cómo, dónde y para quién se producen los alimentos.



Imagen 46: Diagrama control mundial de alimentos, en esta imagen observamos un diagrama titulado “THE FOOD & BEVERAGE BRANDS THAT OWN THE GROCERY STORE” en el observamos las grandes marcas y sus productos asociados, reflejando un estado actual del control de las marcas sobre la comida mundial (Levitt & Dempsey, 2021).

A partir de la década de 1980, con el auge del neoliberalismo, este sistema experimentó una profunda transformación. Las grandes corporaciones comenzaron a tener un papel preponderante, redefiniendo las lógicas de producción agrícola y alimentaria. Como señala (McMichael P. , 2009), se impuso un "régimen alimentario corporativo" donde los intereses de las empresas transnacionales pasaron a ser el eje central del sistema, por encima de consideraciones locales, sociales o ambientales.

Las políticas de ajuste estructural y los tratados de libre comercio fueron instrumentos clave para esta reconfiguración. El resultado fue una progresiva desarticulación de las economías agrícolas locales y una creciente dependencia alimentaria. Las normas y los tratados de libre comercio no surgieron de manera espontánea, sino que fueron impulsadas y promovidas por grandes actores internacionales, conocidos al ser descubiertos como "carteles mundiales" o instituciones multilaterales, que jugaron un papel crucial en la configuración de las economías de los países en desarrollo. Entre estos actores, destacan principalmente el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio (OMC), que influyeron decisivamente en las políticas económicas de numerosos países, particularmente a partir de las décadas de 1980 y 1990 (McMichael P. , 2009).

El FMI y el Banco Mundial, como instituciones internacionales que operan bajo la influencia de las economías más poderosas (principalmente Estados Unidos y Europa), han sido los principales responsables de imponer las políticas de ajuste estructural en países en crisis económica. Estas instituciones condicionan los préstamos a países en desarrollo con la adopción de reformas neoliberales, que incluyen la reducción del gasto público, la privatización de empresas estatales y la liberalización de los mercados. A cambio de su

asistencia financiera, los gobiernos deben aceptar estos ajustes que, aunque orientados a estabilizar las economías, a menudo resultan en efectos negativos sobre los sectores más vulnerables de la población, como el aumento de la pobreza y la desigualdad.

Por su parte, los tratados de libre comercio, como los acuerdos promovidos por la OMC, han sido diseñados para promover la globalización del comercio mediante la eliminación de barreras arancelarias y la apertura de mercados. Estos tratados, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) o la creación de la Unión Europea, buscan facilitar el flujo de bienes, servicios y capitales entre países, favoreciendo a las grandes corporaciones transnacionales, que pueden acceder a nuevos mercados y reducir sus costos de producción. Sin embargo, a menudo se ha argumentado que estos acuerdos desprotegen a las economías locales, sobre todo en sectores como la agricultura y la manufactura, donde los productores nacionales no pueden competir con los precios de productos importados más baratos.

En conjunto, tanto las políticas de ajuste estructural como los tratados de libre comercio son el resultado de una imposición de normas económicas globales, en las que las principales potencias mundiales, a través de organismos internacionales y acuerdos multilaterales, han logrado moldear las economías nacionales de los países en desarrollo, favoreciendo un modelo económico neoliberal que prioriza la apertura de mercados y la desregulación, pero que ha tenido pésimos efectos en términos de desarrollo social y equidad económica. Estos mecanismos de poder global han sido objeto de críticas por su impacto en la soberanía económica de los países y por profundizar las desigualdades tanto dentro de los países como entre ellos.

En este contexto, países como Colombia han sido particularmente afectados. Según datos del (DANE, 2023), el país importa aproximadamente el 35% de sus alimentos básicos, lo que ilustra claramente cómo el sistema agroalimentario global ha transformado las economías periféricas, convirtiéndolas de productoras diversas y estacionarias a consumidoras de nichos específicos del mercado.

Los tratados de libre comercio tienen un efecto similar en todo el mundo. Por ejemplo, el TLC con Estados Unidos llevó a la ruina a miles de productores de papa y maíz colombianos que no pudieron competir con la avalancha de granos estadounidenses altamente subsidiados. Como explica (Teubal, 2008), esto responde a la agenda neoliberal de "des-agrarizar" a los países periféricos, desmantelando su producción agrícola para el mercado interno y convirtiéndolos en importadores de alimentos.

7.1. El control global en la comida y su impacto local.

La industria alimentaria global presenta una concentración notable del poder en manos de un selecto grupo de corporaciones multinacionales. Este fenómeno, que podría parecer distante, tiene implicaciones directas en la vida cotidiana de los consumidores en todo el mundo, incluyendo mercados específicos como el colombiano. El mercado alimentario mundial está dominado principalmente por diez grandes empresas multinacionales, conocidas como los "Big Ten", que no solo controlan la mayor parte de los productos envasados que consumimos, sino que también extienden su influencia a diversos sectores relacionados con la alimentación, desde la producción agrícola hasta la distribución final.

En la cúspide de esta pirámide encontramos a Cargill Inc., la empresa familiar más grande de Estados Unidos, que genera aproximadamente 135 billones de dólares anuales. Su influencia, aunque menos visible para el consumidor final, es omnipresente en la cadena alimentaria, desde la producción de carne hasta los aditivos alimentarios. En Colombia, su presencia se materializa principalmente en el sector de proteína animal y aceites vegetales, manteniendo una estrecha relación con agricultores locales y la industria pecuaria. Esta integración profunda en las economías locales es un patrón que se repite con otras corporaciones del sector.

Nestlé, por ejemplo, ha construido un imperio de cerca de 8,000 marcas desde sus inicios en la producción de alimentos infantiles y chocolate. Su presencia en Colombia, que supera los 70 años, incluye múltiples plantas de producción y colaboraciones con más de 40,000 productores de leche locales. Similar es el caso de Unilever, con su extenso portafolio de más de 400 marcas, que representa otro ejemplo de diversificación exitosa, abarcando desde productos alimenticios hasta artículos de cuidado personal. En el mercado colombiano, su estrategia ha incluido adaptaciones locales y programas de sostenibilidad que han fortalecido su posición.

El impacto de estas corporaciones en mercados específicos como el colombiano refleja una interesante dinámica entre lo global y lo local. PepsiCo, a través de su asociación con Postobón, ha logrado adaptar sus productos al gusto local, mientras que McDonald's ha incorporado elementos de la gastronomía colombiana en su menú, como el McFlurry y productos con arepas. De manera similar, la presencia de Mondelez International en el mercado colombiano de galletas y confitería ilustra cómo estas empresas compiten directamente con marcas locales establecidas como Colombina y Noel, mientras que Danone disputa el mercado lácteo con empresas nacionales como Alpina y Colanta.

Los diferentes mercados mantienen sus propias características distintivas a pesar de la globalización. En España, por ejemplo, el consumo muestra preferencias específicas con menor inclinación hacia los snacks y mayor consumo de fiambres y lácteos de producción local. Este patrón se refleja en las marcas más elegidas, donde Coca-Cola lidera con presencia en el 74.5% de los hogares, seguida por empresas locales como El Pozo y Campofrío, demostrando cómo los mercados locales pueden mantener su identidad incluso en un contexto globalizado.

La concentración del poder en la industria alimentaria plantea importantes consideraciones sobre la seguridad alimentaria y el desarrollo económico local. Empresas como Monsanto (ahora parte de Bayer) ejercen una influencia significativa en el sector agrícola colombiano, generando debates sobre la protección de semillas nativas y la

seguridad alimentaria. Este tipo de influencia ilustra cómo las decisiones corporativas globales pueden tener impactos profundos en las prácticas agrícolas y alimentarias locales.

La realidad de la industria alimentaria global y su manifestación en mercados locales como el colombiano representa un ecosistema complejo donde conviven fuerzas globales y locales. Las grandes multinacionales han transformado no solo la industria alimentaria sino también los patrones de consumo y la estructura del mercado, creando un balance delicado entre la tradición culinaria local y las tendencias globales. Este panorama plantea tanto desafíos como oportunidades para el desarrollo de la industria alimentaria local, la protección de las tradiciones culinarias y la seguridad alimentaria. La manera en que estas fuerzas continúen evolucionando determinará en gran medida el futuro de la alimentación global y local, influyendo en aspectos que van desde la producción agrícola hasta los hábitos alimenticios de las generaciones futuras.

La lógica de las cadenas globales de valor en la alimentación ha reforzado la dependencia de América Latina respecto a insumos, tecnologías y financiamiento de las transnacionales. Por ejemplo, la región pasó de ser exportadora neta a importadora neta de cereales entre 2000-2015, volviéndose vulnerable a las fluctuaciones de precios internacionales (FAO, 2017). Casos como Argentina y Ecuador ilustran esta dependencia. La expansión del monocultivo transgénico de soja para exportación, controlado por empresas como Monsanto y Cargill, desplazó cultivos clave para el mercado interno, obligándolos a importar alimentos básicos.

Uno de sus principales mecanismos es la estrategia de precios bajos, aprovechando su capacidad de comprar grandes volúmenes y reducir costos. Sin embargo, esto se logra a costa de explotar tanto a sus proveedores como a sus trabajadores. A los primeros les imponen condiciones precarias y plazos de pago extendidos, forzándolos a endeudarse. A los segundos los someten a extensas jornadas, ritmos agotadores y salarios mínimos (Reardon T., Timmer, Barrett, & Berdegúé, 2003).

Además, al priorizar los precios bajos, estas cadenas se abastecen de los productos más baratos sin importar su procedencia. Por ejemplo, (Reardon T. , Timmer, Barrett, & Berdegúé, 2003), calculan que en los supermercados latinoamericanos entre el 65% y 95% de las frutas y hortalizas provienen de grandes empresas agroindustriales, dejando muy poco espacio a los pequeños productores locales.

Esto se relaciona con el concepto de circuitos espaciales de producción desarrollado por (Santos, 1996), quien explica cómo en la economía global las transnacionales controlan circuitos productivos que atraviesan diferentes países y regiones, maximizando las ganancias mediante la explotación de mano de obra barata y recursos naturales en los eslabones periféricos. En el caso de los alimentos, estos oligopolios han conformado circuitos espaciales de producción que les permiten abastecer sus supermercados con productos de bajo costo procedentes de distintas partes del mundo, sin preocuparse por el impacto social y ambiental.

Diversos autores han estudiado cómo el neoliberalismo transformó la agricultura en América Latina, desmantelando políticas de apoyo a la producción interna y priorizando las exportaciones (Kvale, 2011). Colombia no fue la excepción: la apertura de los 90 y los TLC inundaron el mercado con importaciones subsidiadas, arrasando con miles de productores de granos y otros rubros destinados al consumo local (Machado, 2017).

Según la trayectoria estos cambios responden a la conformación de un régimen alimentario corporativo global, donde las necesidades de las transnacionales definen el funcionamiento del sistema agroalimentario. Así, la "desagrarización" busca especializar a los países del Sur en la provisión de commodities tropicales e insumos baratos, volviéndolos dependientes de importaciones para alimentar a sus poblaciones (Teubal, 2008). Ante esta pérdida de soberanía, distintos movimientos plantean recuperar el control y la regulación pública de los sistemas agroalimentarios en función de objetivos sociales y ambientales, no

corporativos. Esto permitiría reorientar la producción, la distribución y el consumo de alimentos hacia un enfoque local y agroecológico (Holt-Giménez & Shattuck, 2011). Sin embargo, ello implica transformar las relaciones de poder y las instituciones que sostienen el modelo exportador dominante.

En el marco de la geografía crítica latinoamericana, Colombia representa un nodo paradigmático de la colonialidad alimentaria contemporánea, donde la configuración territorial se ha estructurado bajo lógicas de extractivismo y dependencia. El modelo agroexportador no es un fenómeno neutral, sino una expresión geopolítica que reconfigura los territorios campesinos, desplazando las economías locales y los saberes tradicionales por una racionalidad corporativa global.

La transformación del paisaje agrícola colombiano ilustra esta compleja geopolítica: los cultivos de exportación como palma aceitera, flores y banano han fragmentado los territorios campesinos, convirtiendo regiones biodiversas en monocultivos industriales. Esta especialización productiva impuesta por el mercado global no solo erosiona la soberanía alimentaria, sino que materializa un proyecto de control territorial donde las comunidades locales son despojadas de su capacidad de autodeterminación.

Los tratados de libre comercio, particularmente con Estados Unidos, han profundizado esta dependencia, inundando el mercado interno con productos agrícolas subsidiados que arruinan la producción local. Esta dinámica revela una geografía de la desposesión, donde Colombia se transforma de un país con potencial agrícola diverso a un territorio fragmentado, subordinado a las lógicas de las cadenas globales de valor. La resistencia emerge desde los márgenes, aunque enfrenta un panorama profundamente adverso: en Colombia, más de 1,200 líderes sociales y ambientales han sido asesinados en la última década, mientras que globalmente el acaparamiento de tierras y la criminalización de la protesta campesina se intensifican (Reardon T. , Timmer, Barrett, & Berdegúé, 2003).

A pesar de esta violencia sistemática, los movimientos campesinos e indígenas persisten en la reconstrucción de geografías de autonomía a través de la agroecología, recuperando no solo territorios productivos amenazados por megaproyectos y economías extractivas, sino también epistemologías otras de relación con la naturaleza que han sobrevivido siglos de colonialismo y devastación ambiental. Estas prácticas, desarrolladas en medio del conflicto armado, el despojo territorial y la expansión del agronegocio transnacional, representan verdaderos actos de resiliencia para desafiar el modelo hegemónico, proponiendo alternativas de producción basadas en la diversidad, la comunalidad y el respeto por los ecosistemas, aun cuando el Estado prioriza políticas que favorecen la agroindustria y criminaliza las semillas nativas y los saberes ancestrales.

La pedagogía crítica territorial se convierte así en una herramienta fundamental para descolonizar los imaginarios alimentarios, visibilizando cómo el sistema corporativo no solo produce alimentos, sino que manufactura territorios, subjetividades y relaciones de poder. Mapear los flujos alimentarios, comprender las redes de distribución y recuperar la memoria biocultural se transforman en estrategias de resistencia geográfica. El desafío, por tanto, trasciende la producción de alimentos: implica reconstituir geografías otras, donde la alimentación sea un acto de dignidad, autonomía y recreación permanente de los vínculos comunitarios con el territorio.

7.2. Nuevas estrategias de marketing y consumo.

El avance de los supermercados y cadenas de comidas rápidas ha estimulado el desarrollo de una poderosa agroindustria orientada a proveer alimentos procesados baratos y en grandes volúmenes (Reardon T. , Timmer, Barrett, & Berdegúé, 2003). Las estrategias agresivas de marketing, publicidad masiva, promociones y descuentos de las grandes cadenas también superaban ampliamente los recursos limitados de los pequeños comerciantes. Anuncios en todos los medios, folletos publicitarios, sistemas de fidelización y ofertas constantes les permitían atraer un gran caudal de consumidores.

En países como Argentina y Brasil se ha expandido masivamente el monocultivo de soja transgénica como materia prima para alimentos balanceados y procesados (Teubal, 2008). También han crecido los cultivos de palma aceitera para biodiésel. Estos monocultivos para agroexportación implican graves impactos como deforestación, pérdida de biodiversidad, contaminación y desplazamiento de campesinos.

Así mismo, la agroindustria promueve el uso intensivo de agrotóxicos, fertilizantes químicos, semillas híbridas y transgénicas con el fin de maximizar rendimientos y reducir costos. Pero esto conlleva efectos ecológicos desastrosos como pérdida de fertilidad del suelo, contaminación de fuentes hídricas y toxicidad para trabajadores y poblaciones cercanas. De esta forma, el complejo agroindustrial que abastece a las cadenas de supermercados expande un modelo altamente extractivista y contaminante, que saquea los recursos naturales y afecta la biodiversidad. Sus externalidades negativas son pagadas por las comunidades locales y los ecosistemas.

Este modelo agroindustrial no sólo impacta la producción, sino que también moldea profundamente los patrones de consumo a través de poderosas estrategias de marketing y publicidad. Las grandes cadenas de supermercados y comida rápida invierten ingentes recursos en promocionar sus productos ultra procesados como prácticos, atractivos y deseables para las poblaciones urbanas. Anuncios omnipresentes en todos los medios, folletos publicitarios a domicilio, estrategias de precios bajos, ofertas y descuentos constantes, programas de fidelización de clientes y mercadeo infantil son algunas de las armas de este bombardeo mercadotécnico. Ante tales campañas masivas, los consumidores tienen pocas herramientas para discernir y optar por opciones más saludables.

De esta forma, los hábitos alimentarios urbanos se ven drásticamente moldeados. Crece el consumo de productos con altos contenidos de azúcares, grasas, sal y aditivos químicos, desplazando paulatinamente la ingesta de alimentos frescos, naturales y mínimamente procesados. Esto dispara problemas como obesidad, diabetes, hipertensión y otras enfermedades crónicas asociadas. En las zonas rurales de donde se extraen las materias

primas para esta industria, las comunidades locales tienen poco o nulo acceso a información y educación nutricional. Sus propios patrones alimentarios se ven permeados por los productos ultra procesados que ahora inundan sus territorios, a pesar de su bajo costo nutricional.

Así, mediante estrategias de marketing agresivo, la agroindustria no sólo abastece físicamente los alimentos que consumimos, sino que además condiciona culturalmente nuestros hábitos, deseos y preferencias como consumidores. Generando una creciente demanda adictiva por sus productos procesados, en detrimento de dietas más saludables y soberanas. Revertir estas pautas de consumo nocivas y insostenibles requerirá mucho más que simples campañas educativas. Será necesario regular y limitar las prácticas de mercadeo engañoso, al tiempo que se incentiva y facilita el acceso de todos los sectores a opciones alimentarias nutricias y amigables con el ambiente y las economías locales.

7.3. Un Llamado a Desmantelar los Sistemas Agroalimentarios Globales

La soberanía alimentaria emerge como una alternativa frente a las políticas neoliberales que han subordinado las economías locales a los intereses de las grandes corporaciones transnacionales. A diferencia de la seguridad alimentaria, que se enfoca principalmente en la disponibilidad de alimentos, la soberanía alimentaria plantea un enfoque integral y más profundo. Este concepto defiende el derecho de los pueblos a decidir sus propias políticas alimentarias, permitiendo que las comunidades definan cómo, qué y para quién producir, sin estar sometidas a las presiones de los mercados internacionales o los intereses de las grandes empresas del agronegocio.

Uno de los principios fundamentales de la soberanía alimentaria es la protección de la producción agrícola local. En muchos países, el modelo agrícola ha sido dominado por las grandes corporaciones que priorizan la rentabilidad y la producción en masa para la exportación. Esto ha desplazado a los pequeños productores, quienes no solo han perdido la

capacidad de competir con los precios bajos de los productos importados, sino que también han visto disminuida su autonomía sobre sus propios territorios y sistemas productivos. Al recuperar el control de sus tierras y sus recursos, los pequeños agricultores pueden asegurar una producción más sostenible, adaptada a las necesidades locales y culturalmente relevantes. Además, este enfoque contribuye al fortalecimiento de las economías rurales, esenciales para la estabilidad social y económica de los países.

La soberanía alimentaria también resalta la importancia de garantizar el acceso a recursos esenciales para los productores rurales, como la tierra, el agua y las semillas. En muchos lugares, los campesinos enfrentan serias dificultades para acceder a estos recursos debido a las políticas que favorecen la concentración de tierras y la privatización de los recursos naturales. La recuperación de estos derechos es vital para asegurar que los pequeños productores puedan seguir cultivando alimentos, y que las comunidades mantengan su independencia frente a las multinacionales que controlan gran parte de la producción alimentaria mundial. Además, el acceso a estos recursos debe basarse en un modelo que respete las prácticas tradicionales de cultivo, adaptadas a los ecosistemas locales y menos dependientes de insumos externos como pesticidas y fertilizantes químicos.

Otro aspecto crucial de la soberanía alimentaria es la priorización de la producción alimentaria para el mercado interno. Muchos países en desarrollo han adoptado modelos agrícolas enfocados en la exportación de productos, dejando de lado las necesidades alimentarias internas. Esto no solo genera una dependencia externa peligrosa, sino que también incrementa la vulnerabilidad de las economías locales frente a los vaivenes del mercado global. Al enfocar la producción hacia el consumo interno, se puede garantizar el abastecimiento de alimentos a la población local, mientras se fomentan empleos en las comunidades rurales y se reduce la desigualdad entre el campo y la ciudad. Este modelo también permite a los países tener un mayor control sobre la calidad de los alimentos que consumen y promueve la sostenibilidad de sus sistemas productivos.

La soberanía alimentaria también implica respetar y valorar los conocimientos y prácticas tradicionales de producción. Durante siglos, las comunidades campesinas han

desarrollado formas de agricultura adaptadas a sus entornos locales, utilizando técnicas que conservan la biodiversidad y protegen los ecosistemas. Sin embargo, la expansión de la agricultura industrial ha amenazado estos saberes, al promover monocultivos y el uso indiscriminado de insumos químicos. La soberanía alimentaria defiende la preservación y promoción de estos conocimientos ancestrales, que no solo son ecológicamente sostenibles, sino que también son culturalmente significativos para las comunidades.

En última instancia, la soberanía alimentaria invita a replantear las relaciones desproporcionadas en la cadena productiva y comercial. Actualmente, el control del sistema agroalimentario está en manos de un pequeño número de grandes corporaciones, que dictan las reglas del juego en términos de producción, distribución y comercialización de alimentos. La soberanía alimentaria conceptualmente busca redistribuir este poder, fortaleciendo a los pequeños productores y fomentando un sistema agroalimentario más justo, donde las políticas públicas favorezcan la agricultura campesina en lugar del agronegocio. El problema es que esto implica un cambio de paradigma en las políticas agrícolas y alimentarias, para poner a las comunidades y su bienestar en el centro de las decisiones económicas, algo que aún no pasa.

Para (Shiva, 2003), aparenta, la soberanía alimentaria, ser mucho más que un concepto sobre la producción de alimentos; debe decirse hasta que no sea una propuesta de justicia social y económica, no existe. Requiere un compromiso con el fortalecimiento de las economías locales, el respeto por los derechos de los pequeños productores que es en muchos casos nulo, o es para aquellos más poseídos. Pone en tensión la promoción de prácticas agrícolas sostenibles, estigmatizada por la herencia del conflicto Paraestatal o sometida institucionalmente por los órganos de control. En un mundo donde el poder sobre los alimentos está cada vez más concentrado en manos de corporaciones multinacionales, la soberanía alimentaria se presenta como una herramienta vital para recuperar el control local, garantizar la seguridad alimentaria y, sobre todo, asegurar un futuro más justo y sostenible para todos.

Ante esta realidad, la soberanía alimentaria plantea recuperar el control local de los sistemas agroalimentarios en favor de los pequeños productores y los consumidores. Esto implica replantear las relaciones de poder en la cadena productiva y comercial, así como reorientar las políticas públicas hacia la agricultura campesina y no hacia el agronegocio. La crisis alimentaria global se entrelaza profundamente con las dinámicas locales de producción y consumo, exigiendo un análisis que trascienda lo local y reconozca las fuerzas globales que determinan la composición de la canasta básica colombiana. En este contexto, se propone una aproximación pedagógica crítica que desnaturalice el sistema alimentario corporativo, visibilizando cómo los procesos globales reproducen desigualdades y segregación alimentaria, y que mediante metodologías participativas permita a las comunidades comprender los mecanismos de poder que operan en la producción como lo es el caso de Fontibón, desarrollado en este mismo documento.

La distribución y consumo de alimentos, necesita de un fomento de la conciencia transformadora capaz de desafiar el consumo clasista y promover alternativas de soberanía alimentaria arraigadas en las realidades locales y las resistencias comunitarias. (Shiva, 2003) denuncia que las instituciones multilaterales como la OMC, el BM y el FMI obligan a los países a eliminar aranceles, inundando los mercados de alimentos importados que arruinan a los productores locales. Los tratados de libre comercio tienen un efecto similar, al favorecer la agroexportación de las potencias sobre la pequeña producción campesina que abastece el mercado interno.

Desde la perspectiva de la geografía humanista latinoamericana, la globalización económica revela una profunda configuración territorial donde el poder y la desigualdad se materializan en los paisajes productivos. Colombia representa un caso paradigmático de esta colonialidad espacial, donde los cultivos de exportación como flores y banano no son simples decisiones económicas, sino expresiones de un sistema-mundo que despoja, fragmenta y desplaza las cosmologías campesinas y sus territorios vitales. La especialización productiva impuesta por el mercado global no solo transforma el paisaje físico, sino que erosiona los entramados sociales, culturales y ecológicos de las comunidades locales, convirtiendo los

territorios en meras plataformas extractivas sometidas a la lógica de la acumulación capitalista, en detrimento de la soberanía alimentaria y los saberes agrícolas tradicionales que históricamente han definido la relación de los pueblos con su entorno.

Según (Massey, 2009), esta globalización económica genera una geografía desigual donde unas regiones se especializan en la producción barata de materias primas demandadas por países centrales. Colombia ha fomentado cultivos de exportación como flores y banano, abandonando el apoyo a los cultivos de pan coger. La geógrafa aclara que la globalización no es un proceso natural sino el resultado de políticas e intereses corporativos. Por eso es necesario revertir esta distribución desigual del poder económico y la producción de alimentos mediante reformas estructurales, la defensa de la economía campesina y el comercio justo.

7.4. La Seguridad Alimentaria en Tiempos de Pandemia.

La seguridad alimentaria durante una pandemia emerge como uno de los desafíos más críticos para la sociedad global, exponiendo las vulnerabilidades inherentes en cada eslabón de la cadena de suministro alimentario. Esta realidad ha impulsado una convergencia sin precedentes entre la biotecnología, la investigación científica y las políticas públicas, buscando fortalecer la resistencia del sistema alimentario global ante crisis sanitarias.

La biotecnología se posiciona como un pilar fundamental en la construcción de sistemas alimentarios poco resilientes, según destaca (García, 2020), experto en biotecnología. Sus investigaciones revelan cómo las innovaciones biotecnológicas no solo mejoran la resistencia de los cultivos ante enfermedades y condiciones climáticas adversas, sino que también optimizan la eficiencia en la producción alimentaria. Estas mejoras incluyen el desarrollo de variedades de cultivos con mayor rendimiento, mejor perfil nutricional y

mayor capacidad de adaptación a condiciones de estrés, elementos cruciales durante crisis sanitarias globales.

La perspectiva científica, articulada por (Beltrán, 2021), investigador del CSIC, complementa este enfoque al enfatizar la necesidad de una comprensión profunda de las interacciones entre pandemias y sistemas alimentarios. Su investigación destaca cómo la integración de conocimientos en microbiología, ecología agrícola y biotecnología puede fortalecer la cadena alimentaria. Beltrán argumenta que la implementación de políticas públicas basadas en evidencia científica es esencial para mantener la estabilidad del suministro alimentario durante crisis sanitarias.

La intersección entre ciencia y política pública se materializa en estrategias concretas para fortalecer la cadena alimentaria. Estas incluyen el desarrollo de sistemas de monitoreo temprano de enfermedades en cultivos, la implementación de tecnologías de conservación más eficientes y la creación de redes de distribución más flexibles y adaptables. La investigación también ha permitido identificar puntos críticos en la cadena de suministro que requieren atención especial durante pandemias, como el manejo postcosecha y la logística de distribución.

Las lecciones aprendidas durante crisis sanitarias recientes han catalizado una transformación en la manera de concebir y gestionar los sistemas alimentarios. Esta evolución se caracteriza por un mayor énfasis en la diversificación de fuentes de producción, la adopción de tecnologías digitales para monitoreo y control, y el fortalecimiento de cadenas de suministro locales como complemento a las redes globales. La resiliencia del sistema alimentario ya no se mide únicamente por su capacidad productiva, sino también por su adaptabilidad y capacidad de recuperación ante perturbaciones.

La colaboración internacional emerge como un componente crucial en esta nueva visión de la seguridad alimentaria. El intercambio de conocimientos científicos, recursos tecnológicos y mejores prácticas entre países ha demostrado ser fundamental para mantener la estabilidad del suministro alimentario global durante crisis. Esta cooperación también facilita la implementación de estándares comunes de seguridad y calidad, cruciales para mantener la confianza en el sistema alimentario durante períodos de incertidumbre.

La pandemia ha servido como catalizador para repensar y transformar los sistemas alimentarios hacia modelos más sostenibles y resilientes. Este proceso de transformación, impulsado por la convergencia entre ciencia, tecnología y política pública, está sentando las bases para un futuro donde la seguridad alimentaria pueda mantenerse incluso en condiciones adversas. La continua inversión en investigación, desarrollo tecnológico y fortalecimiento de políticas públicas será fundamental para construir sistemas alimentarios capaces de enfrentar los desafíos del mañana.

VIII. CONCLUSIONES

La investigación sobre la transformación del sistema alimentario en Fontibón ha permitido evidenciar los profundos cambios que ha experimentado este territorio a lo largo del tiempo, desde su origen agrícola hasta su actual integración en un sistema globalizado de distribución de alimentos. A partir del análisis de la Plaza Distrital de Mercado, la producción local y la evolución de los circuitos comerciales, se han identificado dinámicas clave que afectan la seguridad y la soberanía alimentaria en la localidad.

8.1. Transformación del paisaje y sistemas alimentarios

Históricamente, Fontibón ha sido un territorio con una fuerte vocación agrícola, pero su progresiva urbanización y la expansión de la ciudad han modificado drásticamente el uso del suelo y la configuración del paisaje. La Plaza Distrital de Mercado, que en otros tiempos era el centro neurálgico del comercio agrícola y un reflejo de las prácticas tradicionales de abastecimiento, enfrenta hoy grandes retos. La proliferación del comercio ambulante, la competencia con las grandes cadenas de supermercados y la pérdida de espacios destinados a la producción y comercialización local han generado una crisis en los circuitos tradicionales de distribución de alimentos.

Este proceso ha repercutido en la seguridad alimentaria de la población, ya que la pérdida de canales directos entre productores y consumidores ha limitado el acceso a alimentos frescos, variados y a precios justos. Además, la transformación del territorio ha conllevado la pérdida de conocimientos ancestrales sobre el manejo del suelo, los cultivos y las formas de distribución que garantizaban la sostenibilidad de la producción alimentaria a pequeña escala.

8.2. Importancia del aprendizaje, la investigación y el análisis crítico

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es la necesidad de fortalecer los espacios de aprendizaje y debate en torno a la producción y distribución de alimentos. La educación, tanto formal como comunitaria, es una herramienta fundamental para generar conciencia sobre la importancia de los mercados locales y su papel en la seguridad y soberanía alimentaria.

La incorporación de metodologías como la investigación participante y el análisis crítico permite visibilizar las problemáticas del sistema alimentario actual y generar alternativas de solución desde el conocimiento local. Promover estos enfoques en ámbitos académicos y en la planificación urbana puede contribuir a diseñar estrategias más equitativas y sostenibles para la distribución de alimentos en la ciudad.

8.3. Rescate de conocimientos campesinos e indígenas

El estudio destaca la relevancia de los conocimientos y prácticas de los pueblos campesinos e indígenas en torno a la producción diversificada a pequeña escala y los mercados locales. Estas formas de producción han garantizado históricamente la seguridad alimentaria de las comunidades y han permitido mantener un equilibrio con el entorno natural.

Sin embargo, el modelo agroalimentario globalizado ha marginado estas prácticas, imponiendo un sistema de producción intensiva que prioriza la rentabilidad sobre la sostenibilidad. Frente a este escenario, es fundamental rescatar y valorar estos saberes en espacios académicos y políticos, fomentando estrategias que permitan la permanencia de los pequeños productores en el mercado y la consolidación de sistemas de distribución más justos y accesibles.

8.4. Hacia estrategias colectivas y territoriales

El análisis de la Plaza Distrital de Mercado de Fontibón evidencia la necesidad de construir estrategias colectivas que integren a diversos actores en la transformación del sistema alimentario local. La articulación entre comunidades rurales, organizaciones urbanas, académicos y familias es clave para generar propuestas que permitan fortalecer los mercados tradicionales y garantizar el acceso a alimentos saludables.

El diálogo de saberes es un elemento central en este proceso, ya que permite la construcción de soluciones desde una perspectiva inclusiva y participativa. La conformación de redes de apoyo entre productores y consumidores, la implementación de mercados agroecológicos y el fomento de políticas públicas que protejan los espacios de comercio local son algunas de las estrategias que pueden contribuir a una transformación estructural del sistema alimentario en Fontibón.

8.5. Impacto de los formatos comerciales modernos y el riesgo para la soberanía alimentaria

Uno de los principales desafíos que enfrenta la Plaza Distrital de Mercado y los mercados locales en general es la expansión de los supermercados y otros formatos comerciales modernos. Estos establecimientos han desplazado progresivamente a los circuitos tradicionales de abastecimiento, afectando a pequeños productores, comerciantes y consumidores.

La concentración del comercio de alimentos en grandes cadenas ha generado un modelo que privilegia la eficiencia económica sobre la diversidad y calidad alimentaria. La estandarización de los productos, la eliminación de intermediarios tradicionales y la fijación de precios desde grandes corporaciones han debilitado la autonomía de los pequeños productores y han reducido las opciones de los consumidores.

Frente a este panorama, resulta urgente diseñar políticas que fortalezcan los mercados locales y protejan a los productores tradicionales. La implementación de normativas que regulen la expansión descontrolada de los supermercados, el apoyo a proyectos de producción y comercialización agroecológica y la creación de incentivos para el consumo local pueden contribuir a garantizar una mayor equidad en el acceso a los alimentos.

8.6. Reflexión final

El sistema alimentario de Fontibón se encuentra en un punto crítico, donde las decisiones que se tomen en los próximos años determinarán su futuro. La preservación de la Plaza Distrital de Mercado y los circuitos de abastecimiento tradicionales no solo es una cuestión económica, sino también social, cultural y política. La soberanía alimentaria depende de la capacidad de las comunidades para recuperar el control sobre sus sistemas de producción y distribución, resistiendo las presiones del mercado globalizado y promoviendo alternativas que prioricen el bienestar de la población.

En este sentido, la investigación contribuye al debate sobre el derecho a una alimentación digna, saludable y culturalmente adecuada, enfatizando la importancia de construir modelos alternativos de distribución y consumo que garanticen la sostenibilidad de los territorios y la seguridad alimentaria de sus habitantes.

BIBLIOGRAFIA

- AAG. (2019). Statement on Professional Ethics. *Asociacion de Geografos Americanos*.
- Alfonso R., Ó. (2010). Economía informal y movilidad urbana en el espacio metropolitano de Bogotá. *Territorios Universidad del Rosario*, 33-57.
- Aliaga Linares, L. (2018). La economía popular del espacio público: vendedores ambulantes y política urbana en América Latina. *EURE: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 49-70.
- Altieri, M. A. (2011). The agroecological revolution in Latin America. *Journal of Peasant Studies*, 587-612.
- Andrade, E. (22 de 03 de 2024). Archivo entrevistas plaza de mercado de Fontibon. (Y. F. Espinosa, Entrevistador)
- Ángel, M. H. (2017).
- Angrosino, M. (2007). Doing Ethnographic and Observational Research. *SAGE Publications*, 54-79.
- ASA. (2018). Code of Ethics. *Asociación Americana de Sociología*.
- Baquero Melo, D. C. (2011). Revista Bitácora Urbano Territorial. *Universidad Nacional de Colombia*, 123-130.
- Beltrán, J. (2021). Pandemia y sistemas alimentarios: Una perspectiva desde la investigación científica. *Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Madrid*, s.p.
- Boada, A. M. (2006). Control sobre tierras, sistemas de camellones, canales y mano de obra durante el periodo Prehispánico en la Sabana de Bogotá, Colombia. *Instituto Geológico y Arqueológico de Colombia (IGAC)*.
- Bogotá, C. d. (2019). *Balance de la economía de la región Bogotá - Cundinamarca*. Bogotá: Dirección de Gestión y Transformación del Conocimiento.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 27-40.
- Carrizosa Umaña, J. (2014). Colombia compleja. *Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis*, 229-239.

- Carvajal, E. (24 de 03 de 2024). Archivo entrevistas investigacion plaza de mercado de Fontibon. (Y. F. Espinosa, Entrevistador)
- Castañeda, A., & García, J. (2007). Hábitat y espacio público. El caso de los vendedores informales en el espacio público físico de Bogotá. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 178-196.
- Colorado, S. A. (2010). Plazas de mercado: Una tradición continua. *Revista Credencial Historia*, 45-58.
- Coronado, S. (2010). Plazas de mercado: Una tradición continua. *Apuntes*, 252-269.
- Cubillos , F., Pinto, D., & Araneda, F. (2017). *LA GEOGRAFÍA COMO APRENDIZAJE PARA LA RESISTENCIA Y LA*. Chile.
- Cuervo, L. M. (2006). Globalización y territorio. . *Santiago de Chile: CEPAL, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).*, s.p.
- Culuccini, J. B. (1617). Catedral Santiago Apóstol. *CATEDRAL SANTIAGO APÓSTOL*. ALCALIDA LOCAL DE FONTIBON, ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ, Bogotá.
- Curtis, W. E. (1888). Sabana of Bogotá [Grabado]. *The Cpaitals of Spanish America*. En Riou, New York.
- DANE. (2023). *Encuesta Nacional de Situación Nutricional y Seguridad Alimentaria en Colombia (ENSIN)*. Bogotá - Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- Daza Martinez, B. Y. (2013). Historia del proceso de mestizaje alimentario entre España y Colombia. *Universitat de Barcelona*, 17-19.
- Delgado Roza, J. (2010). La construcción social del paisaje de la Sabana de Bogotá: 1880–1890. *Universidad Nacional de Colombia*, 112-117.
- Desconocido. (12 de 30 de 1969). *Facebook*. Obtenido de Facebook: https://www.facebook.com/groups/110209315678114/?_rdr
- Deverre, C., & Lamine, C. (2010). Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Économie Rurale*, 57 - 73.
- Díaz Rodríguez, D. (2009). De pueblo a barrio: cambios en el paisaje de fontibón, 1950-1990. *Uniandes*, 31-32.

- Díaz Rodríguez, D. A. (2009). De pueblo a barrio: Cambios en el paisaje de Fontibon. *Universidad de los Andes*, 10-18.
- Díaz Rodríguez, D. A. (2009). De pueblo a barrio: cambios en el paisaje de Fontibón, 1950-1990. *Universidad de los Andes*, 10-18.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). The Tailored Design Method. *Willey*, 112-138.
- Donovan, M. (2004). La guerra por el espacio público en Bogotá: la 'recuperación' del espacio público y su impacto sobre los vendedores ambulantes. *Territorio. Universidad del Rosario.*, 109-146.
- Édouard, A. (1885). Puente de San Antonio (Ruta de Bogotá). *Puente de San Antonio (Ruta de Bogotá)*. Banco de La Republica, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo dotografias plaza de mercado de Fontibón. *Fotografía mercado campesino*. Uniersidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Mosaico Fachada*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Panoramica de la segunda planta en la plaza de mercado de Fontibon*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Fotografia seccion de las frutas*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Fotografia con intenvención propia*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Puesto de papas*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Fotografía Virgen del Carmen en la entrada principal*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Estación del Tren*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogota.

- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Puesto de Cebollas ambulante*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *Mosaico ventas ambulantes*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo Fotos investigacion plaza de mercado de Fontibon. *En las aceras*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo fotos investigacion plaza de mercado Fontibon. *Colores de mercado*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espinosa, Y. F. (2024). Archivo Mapas delimitacion de la localidad Novena Fontibón. *Puntos de abastecimiento frutas, verduras y hortalizas*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espitia Espinosa, Y. F. (2024). Archivo de fotografías plaza de mercado de Fontibon. *Fotografía frente bodegas de papa*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espitia Espinosa, Y. F. (2024). Archivo de Fotografías plaza de mercado de Fontibón. *Un poco de comida en mi plástico*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espitia Espinosa, Y. F. (2024). Archivo de Fotografías plaza de mercado de Fontibón. *Fotografía fachada tienda SURTIMAX*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espitia Espinosa, Y. F. (s.f.). Archivo Fotografías plaza de mercado de Fontibón. *Pasillos Completos*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Espitia, Y. (2024). Camellones 1. *Los camellones muiscas*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Espitia, Y. (2024). Camellones 2. *Los camellones muiscas*. Universidad Pedagogica Nacional, Bogotá.
- Etayo, M. (2002). Evolución Morfológica del Río Bogotá durante la Parte Superior del Holoceno entre los municipios de Cota y Soacha (Sabana de Bogotá) y su relación con los “camellones” prehispánicos. *Universidad Nacional de Colombia*.
- Femsa. (2022). *Reporte Anual de Operaciones*. Monterr: FEMSA.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 219-245.

FONTIBON, A. L. (10 de 10 de 2016). *ALCALDIA LOCAL DE FONTIBON - Alcaldia Mayor de Bogotá D.C.*

Obtenido de ALCALDIA LOCAL DE FONTIBON:
<http://www.fontibon.gov.co/milocalidad/estacion-del-tren>

Gallo, L. (2019). LA CONSTRUCCIÓN DEL PAISAJE AGRÍCOLA PREHISPÁNICO EN LOS ANDES COLOMBIANOS: EL CASO DE LA SABANA DE BOGOTÁ. 193 - 215.

Gamboa, J. (2008). Los Muiscas en los siglos XVI y XVII. *Universidad De Los Andes*, 240 - 245.

Gamboa, J. (2008). Los Muiscas en los siglos XVI y XVII. *Universidad De Los Andes*.

García Canclini, N. (2001). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. *Paidós*, 260-285.

García Ramírez, W. (2017). Plaza central de mercado de Bogotá: Las variaciones de un paradigma, 1849-1953. *Pontificia Universidad Javeriana*, 14-16.

García, D. (2020). Biotecnología y sistemas alimentarios resilientes en tiempos de crisis. *Revista de Biotecnología y Seguridad Alimentaria*, 45-62.

Gasca, J., & Torres, F. (2014). El control corporativo de la distribución de alimentos en México. *Problemas del Desarrollo*, 133-155.

Geertz, C. (1989). La interpretación de las culturas. *Gedisa*, 19-38.

Google. (15 de 03 de 2023). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:
<https://www.google.com/maps/place/Puente+de+San+Antonio+de+la+Zanja,+Fontib%C3%B3n,+Bogot%C3%A1/@4.6657668,-74.1433507,17z/data=!3m1!4m6!3m5!1s0x8e3f9c6232c72747:0x779356c6d8700c18!8m2!3d4.6657668!4d-74.1407758!16s%2Fg%2F11hbr2vgkf?entry=ttu>

Google. (31 de 05 de 2023). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:
https://www.google.com/maps/place/Instituto+para+la+Econom%C3%ADa+Social+-+IPES/@4.6072967,-74.074338,3a,75y,90t/data=!3m8!1e2!3m6!1sAF1QipOtYr1_tmnbXL108jmb4D85kmKxsColc2ywtjpjO!2e10!3e12!6shhttps:%2F%2Fh5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipOtYr1_tmnbXL108

Google. (13 de 01 de 2025). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:
<https://www.google.com/maps/place/Plaza+de+Mercado+Fontib%C3%B3n/@4.6599807,->

74.2521682,11z/data=!4m6!3m5!1s0x8e3f9c8d0106eb69:0x2631c28be0ee0c50!8m2!3d4.6764055!4d-74.1443649!16s%2Fg%2F1ptw8sqqb?entry=ttu&g_ep=EgoyMDIOMTEyNC4xIKXMDSOASAFQAw%3D%3D

- Gutman, G. E. (2002). Las transformaciones recientes en la distribución minorista de alimentos en Argentina. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, 11 - 34.
- Harvey, D. (2012). *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. United States: Verso Books.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. *McGraw-Hill*. (6ta ed.), 356-380.
- Hernández, M. (28 de Febrero de 1993). Las plazas de mercado se ven desplazadas por el sistema de autoservicio. *EL TIEMPO*.
- Hernández, P. (2023). La expansión de las tiendas de conveniencia en América Latina: El caso OXXO. *Journal of American Retail Studies*, 78 - 96.
- Holt-Giménez, E., & Shattuck, A. (2011). Food crises, food regimes and food movements: rumblings of reform or tides of transformation? *The Journal of Peasant Studies*, 109-144.
- Jiménez, D. F. (2023). Patrones de asentamiento muisca en el sur de la Sabana de Bogotá hasta la conquista española. *Universidad Federal de Kazán, Instituto de Relaciones Internacionales*, 11-18.
- Kvale, S. (2011). Doing Interviews. *SAGE Publications*, 34-56.
- La Vía Campesina. (2007). Declaración de Nyéléni sobre Soberanía Alimentaria. *Forum for Food Sovereignty*. Selingué, Mali.
- Lefebvre, H. (1974). La producción del espacio. *Éditions Anthropos*, 26-54.
- Levitt, T., & Dempsey, H. (14 de 07 de 2021). *The Guardian*. Obtenido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/environment/ng-interactive/2021/jul/14/food-monopoly-meals-profits-data-investigation>
- López-García, M., & Morales, A. (2021). Transformaciones en los sistemas de distribución alimentaria: Impactos ambientales y culturales en América Latina. *Revista de Estudios Socioambientales*, 78-96.

- Ludwig, D. S. (2011). Technology, diet, and the burden of chronic disease. . *JAMA*, 1352 - 1353.
- Lynch, K. (1960). The Image of the City. *MIT Press*, 12-31.
- Machado, A. (2017). Sistemas alimentarios y políticas públicas: Una mirada desde Colombia. *Revista de Estudios Sociales número 61*, 111 - 123.
- Massey, D. (2009). Concepts of space and power in theory and in political practice. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 15-26.
- McMichael, P. (2009). A food regime genealogy. *The Journal of Peasant Studies*, 139-169.
- McMichael, P. (2009). A food regime genealogy. *Journal of Peasant Studies*, 139-169.
- Mengual, A. (2008). *Archivo de Arquitectura, Paul Lester Wiener*. Obtenido de Urbipedia: https://www.urbipedia.org/hoja/Paul_Lester_Wiener
- Mengual, A. (2008). *Archivo de Arquitectura, Walter Gropius* . Obtenido de Urbipedia Magazine: https://www.urbipedia.org/hoja/Walter_Gropius
- MINTIC. (2020). . (2020). *Informe de caracterización del comercio electrónico en Colombia: Transformación digital durante la pandemia*. Bogotá: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - República de Colombia.
- Montenegro, A., & Ocampo, J. (2007). Crisis mundial, protección e industrialización: Ensayos de historia económica colombiana. *Norma*, pp. 42 - 386.
- Montezuma, R. (2008). Contexto socioeconómico y especial de Santafé de Bogotá: un asentamiento urbano y peatonal. In *La ciudad del tranvía 1880-1920. Editorial Universidad del Rosario*, 29-48.
- Mora Pacheco, K. G. (2021). Santa Fe de Bogotá y Alrededores. *Santa Fe de Bogotá y Alrededores*. IGAC(1992), Bogotá.
- Morente, F. (2018). De la acumulación a la apropiación: una reflexión acerca del espacio público en la ciudad contemporánea. *Brazilian Journal of Urban Management*, 6. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1931/193157811012/>
- Morente, F. (2018). De la acumulación a la apropiación: una reflexión acerca del espacio público en la ciudad contemporánea. *Universitat de Vic, Vic, Catalunya*, 3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1931/193157811012/>

- Morente, F. (2018). De la acumulación a la apropiación: una reflexión acerca del espacio público en la ciudad contemporánea. *Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 14.
- Ocampo, J. A. (1987). *Historia económica de Colombia - El despegue cafetero (1900-1928)*. Bogotá: Siglo XXI Editores.
- OPS/OMS. (2023). *Informe sobre la situación de las enfermedades no transmisibles en América Latina y el Caribe*. Washintopn D.C.: Organizacion Panamericana de la Salud.
- Oriente, T. R. (29 de 12 de 2017). *CANAL TRO*. Obtenido de CanalTROTelevision: <https://www.youtube.com/watch?v=sO3REnMnmhQ>
- Palacio, G. (2006). Fiebre de tierra caliente. Una historia ambiental de Colombia 1850-1930. *Universidad Nacional de Colombia, ILSA.*, 33-35.
- Palacios, M. (2003). Entre la legitimidad y la violencia : Colombia 1875-1994. *Grupo Editorial Norma*, 290 - 330. Obtenido de <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll10/id/1040>
- Parrado, Á. (2018). Sistema de abastecimiento alimentario de Bogotá: integrando la agricultura urbana y periurbana. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 63-82.
- Patel, R. (2007). Stuffed and Starved: The Hidden Battle for the World Food System. *Melville House Publishing*, 1 - 5. Obtenido de <https://bpb-us-e2.wpmucdn.com/sites.middlebury.edu/dist/c/2370/files/2012/08/Patel-Stuffed-and-Starved-Introduction.pdf>
- Patiño Millán, B. (2002). Ordenar para controlar. ordenamiento espacial y control político en las llanuras del caribe y en los andes centrales neogranadinos. siglo xviii. *Universidad Nacional de Colombia.*, 343.
- Pineda, R. (2010). Sistemas agrícolas prehispánicos: El manejo del agua en la Sabana de Bogotá". En C. López & G. Ospina (Eds.), *Historia ambiental de Colombia: Una mirada desde los Andes - Universida Nacional de Colombia*, 145-168.
- Pinzon, E. (22 de 03 de 2024). Archivo entrevistas plaza de mercado de Fontibon. (Y. F. Espinosa, Entrevistador)

- Ramírez Velásquez, C. (2002). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Revista Colombiana de Antropología*, 38, 25-49.
- Ramírez, M., & Pacheco, A. (2019). Las tiendas de barrio como preservadoras de la cultura comercial local: Un estudio en el contexto colombiano. *Revista Latinoamericana de Estudios Sociales*, 145-168.
- Reardon, T., & Berdegue, J. A. (2002). La rápida expansión de los supermercados en América Latina: desafíos y oportunidades para el desarrollo. *ECONOMIA Revista del Departamento de Economía Pontificia Universidad Católica del Perú volumen*, 85.
- Reardon, T., & Berdegue, J. A. (2002). La rápida expansión de los supermercados en América Latina: Desafíos y oportunidades para el desarrollo. *Desarrollo Productivo - CEPAL*, 137.
- Reardon, T., & Timmer, C. P. (2012). The Economics of the Food System Revolution. *Annual Review of Resource Economics*, 225-264.
- Reardon, T., Timmer, C. P., Barrett, C. B., & Berdegue, J. A. (2003). The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America . *American Journal of Agricultural Economics*, 1140 - 1146.
- Restrepo, A. F. (18 de 08 de 2013). *Google Maps*. Obtenido de Fotografia del Puente Grande de la Virgen de Atocha: https://www.google.com/maps/@4.6962504,-74.1723566,3a,75y,30.16h,90t/data=!3m7!1e1!3m5!1swVDMjD4Uvj0GLDbI5xwHwQ!2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3DwVDMjD4Uvj0GLDbI5xwHwQ%26cb_client%3Dmaps_sv.share%26w%3D900%2
- Rivera-Ferre, M. G. (2018). The resignification process of Agroecology: Competing narratives from governments, civil society and intergovernmental organizations. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 666-685.
- Rodríguez Gallo, L. (2019). La construcción del paisaje agrícola prehispánico en los Andes colombianos: el caso de la Sabana de Bogotá. *Revista de Prehistoria y Arqueología*, 193-215.
- Rodriguez, J. (17 de Julio de 2022). *Youtube*. Obtenido de Un espacio geografico: <https://www.youtube.com/watch?v=sOqeqp0cfM>
- Rosset, P. M. (2003). Food Sovereignty: Global Rallying Cry of Farmer Movements. *Food First Backgrounder*, 1 - 4.

- Sabatini, F. (2006). La segregación social del espacio en las ciudades de América Latina. *Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.*, 5.
- Sabogal, A. B. (20 de 09 de 2024). Archivo de entrevistas en la Plaza de Fontibón. (Y. F. Espinosa, Entrevistador)
- Saldarriaga E, G. (1999). La inserción del maíz en el gusto de la sociedad colonial del nuevo reino de granada. *Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín.*, 84-106.
- Santos, M. (1996). A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. *Hucitec, São Paulo*, s.p.
- Sastoque, G. S. (24 de 03 de 2024). Archivo entrevistas investigacion plaza de mercado de Fontibon. (Y. F. Espinosa, Entrevistador)
- Shiva, V. (2003). Cosecha robada: el secuestro del suministro mundial de alimentos. *Editorial Paidós, Buenos Aires*, s.p.
- Simbaqueba Hurtado, A. (2008). Mapa Area de Estudio. *Area de Estudio Sabana de Bogota*. IGAC, Bogotá D.C.
- Solano, A. L. (24 de 03 de 2024). Archivo entrevistas plaza de mercado de Fontibon. (Y. F. Espinosa, Entrevistador)
- Tarchópulos, D. (2022). *Le Corbusier, Sert and Wiener : traces of the plan for Bogotá*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Teubal, M. (2008). Soja y agronegocios en la Argentina: la crisis del modelo. *Lavboratorio*, 5-7.
- Therrien, M. (2008). Indígenas y mercaderes: Agentes en la consolidación de facciones en la ciudad de Santafé, siglo XVI. *En J. A. Gamboa (Comp.), Los muiscas en los siglos XVI y XVII: Miradas desde la arqueología, la antropología y la historia*, 226-227.
- Therrien, M. (2008). Indígenas y mercaderes: Agentes en la consolidación de facciones en la ciudad de Santafé, siglo XVI. *En J. A. Gamboa (Comp.), Los muiscas en los siglos XVI y XVII: Miradas desde la arqueología, la antropología y la historia*, 132-134.
- Velandia, R. (1983). *Fontibón, pueblo de la Real Corona*. Bogotá D.C.: Alcaldia Mayor.
- Wilkinson, J. (2008). The Food Processing Industry, Globalization and Developing Countries. . *World Development*, 2028-2045.

Yin, R. k. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. *SAGE Publications*, 340 - 345.

Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. *SAGE Publications*, 98-124.

TABLA DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1: Ilustración de autoría propia basado en la representación propuesta por el Acueducto de Bogotá, como parte de una estrategia de reconocimiento para la conservación de los humedales. Las flechas en la imagen muestran la desembocadura al nivel de los meandros y pre-meandros hacia las zonas inundables. (Espitia, Camellones 1, 2024)..... 18

Ilustración 2: Se ilustra a blanco y negro, casi a manera de placa los elementos del paisaje, un semejante de las zonas inundables que usaban para cultivo y pesca, zonas inundables con capacidad de trabajo según sus dimensiones, mayor producción según la corriente y el flujo. (Espitia, Camellones 2, 2024)..... 19

Ilustración 3: Ajedrezados, es la primera de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos aéreas del Instituto Geológico y Arqueológico de Colombia (IGAC) e investigadas en "Control sobre tierras, sistemas de camellones, canales y mano de obra durante el periodo Prehispánico en la Sabana de Bogotá, Colombia" (Boada, 2006). 19

Ilustración 4: Irregulares, es la segunda de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos aéreas donde se observaron meandros del Rio Amarillo y Rio Bogotá (Boada, 2006). 20

Ilustración 5: Paralelos al río, es la Tercera de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos desde su centro hacia afuera gruesas líneas de contorno dan volumen a estos camellones de círculos y semicírculos (Boada, 2006). 20

Ilustración 6: Lineales, es la última de cuatro representaciones de camellones, evidenciados en las fotos aéreas allí se muestran los canales de trazos gruesos casi como espinas alrededor (Boada, 2006). 21

Ilustración 7: Fotografía con intervención, En ella observamos a la señora Ana lucia Solano, comerciante y vivandera del puesto 222, su mercancía agrupa las frutas de jugo, de lonchera y las pulpas procesadas, organizadas en múltiples maneras pero siempre dispuestas hacia el cliente,

se ven peras, papayas, mangos, bananos, manzanas y kiwis. A su respaldo y en la parte superior derecha se alcanza a observar los posa materas del puesto correspondiente a la señora Gloria Stella Sastoque. (Espinosa Y. F., 2024) 46

Mapa 1: Mapa de estudio, en él se afirma que la disposición del área conocida como Fontibón limita con Bosa, Engativá, Mosquera, Funza, sus límites estuvieron marcados por el Río Fucha al Sur, al Occidente con el Río Bogotá y al Norte con el Río Juan amarillo Mapa área de estudio (Simbaqueba Hurtado) 15

Mapa 2: Mapa basado en las planchas del IGAC de 1940 y en el mapa de Santa Fe de Bogotá y Alrededores, IGAC (1992), dividida en los sectores Norte, Centro y Sur de la región sabanera Cundiboyacense. (Mora Pacheco, 2021)..... 21

Mapa 3: Mapa del territorio Muisca, delimitación de los centrales Cacicazgos Prehispánicos y Jurisdicciones Coloniales, en la parte inferior derecha se encuentra la tabla de convenciones allí se señala el territorio muisca a la llegada de los españoles. (Ángel, 2017) 24

Mapa 4: Mapa de Bogotá, en el se observa la ubicación de la plaza de Fontibón con respecto a la ciudad y el límite occidental. (Google, Google Maps, 2025)**Error! Bookmark not defined.**

Mapa 5: Mapa delimitación de la localidad Novena Fontibón, puntos de abastecimiento frutas, verduras y hortalizas. Convenciones: ○ Fruver, ● Ventas ambulantes, ● Plaza de Mercado Distrital, ■ Localidad..... 83

Fotografía 1: Fotografía obtenida de Google Maps en ella se observa en dirección Sur - Norte, en su costado la única pila tallada desde a plena vista desde su creación. (Google, Google Maps, 2023)..... 28

Fotografía 2: Una captura en perspectiva, el Puente Grande de la Virgen de Atocha ubicado en el límite de Fontibón sobre el río Bogotá en sentido oriente-occidente , a la altura de la calle 13 con la Avenida calle 17 (Restrepo, 2013) 31

Fotografía 3: Una mujer posa a orillas del río, detrás la vista que capta el reflejo del río Bogotá. En él se aprecia el Puente Grande de la Virgen de Atocha. Este puente de siete arcos fue construido en el siglo XVII, sobre el río Funza (Río Bogotá), en Fontibón, en aquel entonces pueblo de indios. Fue un punto importante en el desarrollo del camino que de Bogotá conduce hacia Honda. Actualmente (2017), se conservan las bases de este puente que fue declarado bien de interés cultural, mediante Decreto 1584 del 11 de agosto de 1975 31

Fotografía 4: Descripción, vista de la Catedral Santiago Apóstol (Culuccini, 1617), la fotografía hace parte del registro oficial de la alcaldía Local de Fontibón.(Desconocido). 31

Fotografía 5: Fotografía de la primera planta inaugurada en 1969. En ella se observa niños, señoras y señores, los primeros se ven sonrientes, las señoras con sombrero, saco y largos vestidos sostienen canastas de fique y uno que otro niño va a sus lados, por su lado los señores de traje y sombrero se concentran alrededor del fondo donde se observan los ganchos de carne de la carnicería. (Desconocido, 1969). 48

Fotografía 6: *Se puede observar el interior del mercado, con diversos puestos y vendedores ofreciendo diferentes productos. Las principales fortalezas y características del mercado, según la información proporcionada, estos son: Mercado Campesino (100%) – Se sugiere que el mercado funciona como un centro para que los agricultores y productores locales vendan sus productos agrícolas directamente a los consumidores. Frutas (100%) - El mercado ofrece una amplia variedad de frutas frescas. Verduras (100%) - También tiene una fuerte presencia de verduras frescas. Flores y Plantas (80%) - Además de los productos agrícolas, el mercado también vende flores y plantas. Plazoleta de Comidas (70%) - El mercado cuenta con un área designada para puestos de comida*53

Fotografía 7..... 59

Fotografía 8..... 60

Fotografía 9..... 61

Fotografía 10: En esta imagen se pueden ver cuatro tipos diferentes de papas, cuidadosamente apiladas en costales que destacan por su variedad y frescura. Los sacos, llenos de papas de diferentes colores y tamaños, forman parte de un puesto dentro de la Plaza de Mercado de Fontibón, el cual es atendido por el señor Edgar Pinzón, quien a sus 67 años sigue trabajando con la misma pasión que el primer día. Su puesto, que ofrece estos productos agrícolas esenciales, refleja la tradición de los mercados campesinos, donde la calidad y la conexión con la tierra son fundamentales. A pesar del paso del tiempo y los cambios en la zona, el señor Edgar mantiene vivo su compromiso con la venta de productos frescos, y su trabajo refleja la dedicación y la experiencia que ha acumulado a lo largo de los años. Este puesto es solo un ejemplo de cómo la plaza sigue siendo un lugar clave para quienes buscan productos directos de la tierra, manteniendo la esencia del comercio tradicional en un entorno urbano en constante cambio (Espinosa Y. F., 2024). 62

Fotografía 11: Mosaico Fachada, es la plaza en sus alrededores, se observa su fachada , la cual sobresale por su altura, dimensión y colores amarillo en las vigas con paredes de ladrillo marrón. Sobresale en comparación a las casas o negocios con los que limita, en sus cuatro esquinas sombrillas, transeúntes y un numero amplio de automóviles; en la parte inferior de la imagen se observa la zona de carga así como la parte de atrás de la segunda planta. (Espinosa Y. F., 2024). 64

Fotografía 12: Estación de Tren, la imagen corresponde a una foto en perspectiva, en ella se observa la estación de dos pisos, sus ventanales y una torre de reloj, a su costado en el sentido norte se observan los rieles aun en uso. La ferretería ubicada en la estación férrea no sólo es dueña de una parte de la estación, también tiene un encerramiento con alambre y palos que le sirve de depósito para arena, grava, ladrillos, entre otros materiales. (Espinosa Y. F., 2024)..... 68

Fotografía 13: Mosaico de dos fotografías de la Flota TRANSCARMEN. En la foto se muestra dos imágenes de distintas épocas, en la cual se aprecia su capacidad para cargar gran peso en su techo, algunos ayudantes colaboraban para montar las cargas que variaban de destino pero que se juntaban en una ruta principal. A su vez parte de una anécdota familiar de la señora Ana Beatriz Sabogal, cuenta como mi bisabuela mandaba carga de mercado para vender, montaba en el municipio de Apulo, Cundinamarca hasta la ciudad de Bogotá. (Oriente, 2017). 70

Fotografía 14: Fotografía Virgen del Carmen, en la entrada principal, en ella se observa la decoración navideña que adorna la cúpula de una virgen del Carmen a la cual se encomiendan, tradición que se reconoce cada año en el mes de Julio con la fiesta de la virgen del Carmen. (Espinosa Y. F., 2024). 71

Fotografía 15: Fotografía mercado campesino, junto al terminal de Transporte del Salitre, esta imagen muestra un mercado al aire libre con puestos y toldos rojos donde se venden frutas y verduras. Hay canastas plásticas de distintos colores con productos frescos. Se observan algunas personas comprando y recorriendo el lugar. La escena representa una itinerancia de lo que es el típico mercado campesino local. (Espinosa Y. F., 2024). 76

Fotografía 16: Esta es una fotografía de dos tipos distintos de ventas, el primero es un área de 3m x 5m cuenta con varias canastas en las cuales eleva a la vista del consumidos los productos, estos son desde papa, yuca y cebollas, hasta limones, plátanos y tomates. En la parte inferior de la fotografía pescado en un triciclo su vendedor cubierto de pies a cabeza con manos cruzadas. (Espinosa Y. F., 2024)..... 79

Fotografía 17: Puesto de Cebollas ambulante, En cada esquina habitan las carretillas con tomate, cebolla, papa, plátano, a su lado las personas que las atienden. (Espinosa Y. F., 2024) ... 82

Fotografía 18: Mosaico ventas ambulantes, la imagen es un mosaico compuesto por mi autoría, agrupa 10 fotografías en ellas se evidencia el volumen de mercancía, productos y presentaciones, estos puestos ponen en tensión el día a día del rebusque al que otros ya acostumbrados han tachado con indiferencia. (Espinosa Y. F., 2024). 82

Fotografía 19: Fotografía frente bodega de papa, Una especialidad de las tiendas de barrio son las pequeñas bodegas de papa, en la imagen se observa como en la misma fachada de una casa

esquinera que colinda con la vía del tren, aguarda en su interior tres negocios independientes (Espitia Espinosa, Archivo de fotografías plaza de mercado de Fontibon, 2024)..... 97

Fotografía 20: Fotografía fachada de las tiendas, en esta imagen se observa cómo sobre el modelo de tienda de barrio ha transitado a las cadenas de minimercados, este ejemplo está asociado al grupo éxito a través de la línea comercial SurtiMax, parte del grupo éxito. Perteneciente al Grupo Gilinski, liderado por el empresario Jaime Gilinski Bacal, es uno de los conglomerados empresariales más importantes de Colombia (Espitia Espinosa, 2024). 98

Fotografía 21:Un poco de comida en mi plástico, en la fotografía evidenciamos frutas almacenadas en plásticos de un solo uso, innecesarios y perjudiciales por la transmisión de micro pasticos y la pérdida de tanto de conocimientos como de hábitos tradicionales, reemplazados por la oferta (Espitia Espinosa, 2024). 102

Fotografía 22: Pasillos completos, en la fotografía evidenciamos alacenas con los productos de tendencia y venta que reemplazaron los segmentos tradicionales por las demandas, nuevos consumidores de acuerdo con su poder adquisitivo van a estos lugares. Quienes tienen menos ingresos acceden a otros sectores populares y con algunas características menores (Espitia Espinosa, Archivo Fotografías plaza de mercado de Fontibón). 103

Grabado 1: En blanco y negro, **titulada Sabana de Bogotá**, se observa en primera instancia una carretilla que cruza hacia la sabana de Bogotá por la ruta del puente de San Antonio, una elevación lateral sobre el puente se ve al final del camino, en el fondo los cerros orientales. (Curtis, 1888)... 27

Grabado 2: En una escala de grises entre el blanco y el negro, con la técnica de grabado se representa el puente de San Antonio (Ruta de Bogotá), las dimensiones originales de la obra son de 7,9cm x 11,8 cm. Se observa una elevación con respecto al flujo del agua y en la mitad del camino sobre sale una pequeña pila tallada. (Édouard, 1885) 27

Grafica 1: Es un gráfico de pastel, se le preguntó a los encuestados: "¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan actualmente los vendedores de la Plaza de Mercado?". Las respuestas indican lo siguiente: 1 (verde): 23% de los encuestados respondieron que competencia directa para ellos es el comercio informal en los alrededores. 2 (naranja): El 0% de las personas les atribuyen el problema a los costos elevados de mantenimiento en los puestos dentro de la plaza. 3 (gris): Un 8% de los encuestados seleccionó esta opción de respuesta, reconociendo un desinterés de las entidades gubernamentales en mejorar la Plaza. 4(naranja): Con un 0% ninguno de los

entrevistados está de acuerdo con que los únicos culpables son las grandes Cadenas de supermercados. 5(Azul): Con un 69% el grueso de entrevistados reconoce que todas las respuestas anteriores hacen parte de un conjunto de problemáticas que afectan a la plaza. En resumen, el gráfico de pastel muestra una concentración de dinámicas dentro y fuera de la plaza que resultan en un panorama desfavorable. Encuesta construida por el autor **Anexo2(2024)**..... 75

Grafica 2: Es un gráfico de pastel, se le preguntó a los encuestados: "¿Considera que la comida típica de Fontibón se ha adaptado en los últimos años para atraer al turismo?". Las respuestas indican lo siguiente: 1 (azul): 33% de los encuestados respondieron afirmativamente, es decir, que sí consideran que la comida típica de Fontibón se ha adaptado para atraer al turismo en los últimos años. 2 (naranja): La mayor porción, con un 42%, corresponde a quienes respondieron lo contrario, es decir, que no creen que la comida típica se haya adaptado con fines turísticos. 3 (gris): Un 25% de los encuestados seleccionó esta opción de respuesta, que represente una posición neutral, intermedia o de indecisión frente a la pregunta planteada. En resumen, el gráfico de pastel muestra una división de opiniones mayor entre quienes perciben una adaptación de la gastronomía local para el turismo (33%) y quienes no lo consideran así (42%), con una pequeña porción (14%) que se situó en una posición de incertidumbre. Encuesta construida por el autor, **Anexo 2 (2024)**..... 106

Grafica 3 La imagen es una estadística en forma de torta, en ella las repuestas de los entrevistados seleccionado con criterio aleatoriamente significativo, la pregunta enuncia ¿Cómo considera que ha impactado la expansión de grandes superficies y centros comerciales al pequeño comercio y las tiendas de barrio? Respuestas: A) Les ha restado participación en el mercado pero siguen siendo competitivos. B) Muchos de los pequeños comerciantes han tenido que cerrar por la competencia. C) No ha tenido mayor impacto porque atienden nichos de mercado diferentes D) No tengo una opinión formada sobre este tema. Resultados: A)7% B)77% C)8% D)8%. Encuesta construida por el autor, **Anexo 2 (2024)**. 109

Grafica 4: Esta imagen es una estadística en forma de torta, en ella las repuestas de los entrevistados seleccionado con criterio aleatoriamente significativo, la pregunta enuncia ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan actualmente los vendedores de la Plaza de Mercado? Respuestas: a) Competencia del comercio informal en los alrededores b) Costos elevados de mantenimiento de los puestos c) Desinterés de las entidades gubernamentales en mejorar la Plaza d) Todas las anteriores. Resultados: A)29% B)0% C)14% D)57%. Cuestionario construido por el investigador, **Anexo 2 (2024)**..... 111

Tabla 1: RANKING DE ESTIMA RETAIL, la imagen presenta un "Ranking de Estima en Retail" que evalúa y puntúa a varias cadenas de supermercados o tiendas minoristas en Colombia. El ranking asigna un puntaje sobre 100 a cada cadena, ordenándolas del 1 al 5 según su puntuación. En el primer lugar se encuentra Tiendas D1 con 97.9 puntos, seguida por Ara con 79.5 puntos en el segundo puesto. El tercer lugar es ocupado por Éxito con 96.1 puntos, mientras que Jumbo se ubica cuarto con 79.6 puntos. Finalmente, la cadena Olímpica ocupa el quinto lugar con 81 puntos..... 109

ANEXOS.

Anexo 1:

https://drive.google.com/drive/folders/1NgfSR3HEZqwJkrDodMBauSdTVFLYixx_?usp=drive_link

Anexo 2: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hK2IONADxYF-63t1S8ncL91-ccfUZSAp/edit?usp=sharing&ouid=101437893323649125318&rtpof=true&sd=true>