

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES
Y POLÍTICAS

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Proyecto de investigación previo a obtener el título de:
Licenciado en Sociología

TEMA:

Comercio justo en el desarrollo de la economía campesina de los comerciantes del
mercado municipal de Guanujo, Guaranda, 2022.

Autor:

Juan Patricio González Medina

Tutor:

Soc. Fernando Rea García

GUARANDA - BOLÍVAR - ECUADOR

2021 - 2022

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA

DECLARACION JURAMENTADA DE AUTORIA



Yo, González Medina Juan Patricio, con numero de cedula 1900755263, egresado de la escuela de sociología de la facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, bajo el juramento declaro en forma libre y voluntario que el presente proyecto con el tema: **COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CAMPESINA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE GUANUJO, GUARANDA, 2022**, es de mi autoría, así como las expresiones vertidas en la misma, se ha realizado a través de la recopilación de fuentes bibliográficas y principalmente el levantamiento de las encuestas y demás formas necesarias para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Atentamente

Juan Patricio González Medina

C.I. 1900755263

CERTIFICACIÓN DE TUTORIA



Notaria Tercera del Cantón Guaranda
Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez
Notario

N° ESCRITURA 20230201003P01652

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR: GONZALEZ MEDINA JUAN PATRICIO

INDETERMINADA DI: 2 COPIAS

H.R.

Factura: 001-006 -00000424282



En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día veinte de Julio del dos mil veintitrés, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece GONZALEZ MEDINA JUAN PATRICIO, soltero, celular 0985009314, domiciliado en Zamora Chinchipe y de paso por este lugar, su correo electrónico es gonzalezjuanpam@gmail.com por sus propios y personales derechos, obligarse a quien de conocer doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana; bien instruidos por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertidos de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declara lo siguientes manifiesto que el criterio e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado **COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CAMPESINA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE GUANUJO, GUARANDA, 2022**, es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor, previo a la obtención de título de Licenciado en Sociología, en la universidad Estatal de Bolívar. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue al compareciente por mí el Notario en unidad de acto, queda incomparada al protocolo de esta notaria aquel se ratifica y firma conmigo de todo lo cual doy Fe.

GONZALEZ MEDINA JUAN PATRICIO

c.c. 1900755263



Henry Rojas Narvaez
 AB. HENRY ROJAS NARVAEZ
 NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA

EL NOTA....

CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA

Yo, Soc. **FREDI FERNANDO REA GARCÍA**, en mi calidad de tutor del proyecto de investigación, modalidad proyecto de investigación contemplado en el Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, designado mediante resolución dictada por Honorable Consejo Directivo, bajo juramento CERTIFICO: que el Sr. **JUAN PATRICIO GONZALEZ MEDINA**, egresado de la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Carrera de Sociología, ha cumplido con todos los requisitos pertinentes en esta titulación respecto a la modalidad de Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Sociología, con el tema: “ **COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMIA CAMPESINA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE GUANUJO**” habiendo trabajado conjuntamente en el desarrollo de este documento, constatando de esa manera, que este proyecto es de autoría del egresado, por lo cual doy fe, apruebo y certifico todo lo antes mencionado.

Es todo en cuanto puedo manifestar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente documento en los trámites respecto a su titulación, al igual que, una vez emitido este se autoriza la presentación del proyecto de investigación a las diversas instancias correspondientes.



SOC. FREDI FERNANDO REA GARCÍA

TUTOR

REPORTE DEL URKUND

 UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS CARRERA DE SOCIOLOGÍA
---	---

INFORME DE URKUND

PARA: Juan Patricio González Medina
 DE: Lic. Fernando Fredi Rea Garcia
 ASUNTO: Informe de URKUND
 FECHA: 12 de julio de 2023

Adjunto al presente, sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Desarrollo Educativo titulado: **Comercio justo en el desarrollo de la economía campesina de los comerciantes del mercado municipal de Guanujo, Guaranda, 2022.** elaborado por el señor Juan Patricio González Medina , bajo mi dirección, previa a la obtención del título de **LICENCIADO(A) SOCIOLOGIA**, la misma que cumple con los componentes que exige la reglamentación de la Universidad Estatal de Bolívar e incluye el informe de la herramienta URKUND, el cual avala los niveles del 9% de similitud y el 91% de originalidad del trabajo investigativo.



Document Information

Analyzed document	Tesis final JP.docx (D172004425)
Submitted	2023-07-12 00:19:00
Submitted by	Fernando Rea Garcia
Submitter email	frea@ueb.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	frea.ueb@analysis.orkund.com

Sources included in the report
 Atentamente,



FERNANDO FREDI REA
GARCIA

Lic. Fernando Fredi Rea Garcia , Msg.
TUTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



DERECHOS DE AUTOR

Yo; **Juan Patricio González Medina**, portador/r es de la Cédula de Identidad No 1900755263, en calidad de autor y titular / es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

“Comercio justo en el desarrollo de la economía campesina de los comerciantes del mercado municipal de Guanujo, Guaranda, 2022.” Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Autor

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Juan Patricio González Medina', is written over a horizontal line.

Juan Patricio González Medina

DEDICATORIA

El presente trabajo va dirigido primeramente a Dios por brindarme salud y sabiduría que fue la base principal en mi formación académica, fue difícil pero no imposible culminar mi carrera.

Todo este triunfo lo debo a mis padres que fueron el motor principal en mi formación académica, nunca me dejaron solo siempre estuvieron ahí apoyándome en todo momentos para que pueda cumplir mis sueño. A mis hermanos, cuñado y amigos que estuvieron siempre cuando más los necesitaba gracias por creer en mí

Agradecerles a mis maestros y mi tutor por inculcarme sus conocimientos y consejos que me han ayudado a convertir en un gran profesional

Juan González

ACRADECIMIENTO

El primer lugar agradecer a nuestra alma mater Universidad Estatal de Bolívar por acogerme como estudiante de la carrera de Sociología, a los docente, compañeros que fueron un apoyo fundamenta durante los 9 ciclos de esta bella carrera.

Agradezco a mi tutor Fernando Rea García, quien tuvo paciencia y dedicación de guiarme con su conocimiento, gracias a sus aportes he podido culminar mi proyecto investigativo por ello expreso un afectuoso agradecimiento.

A toda mi familia que han convertido en mi pilar fundamental por el apoyo incondicional en toda etapa de mi vida, gracias por los consejos, valores y por creer en mí.

Juan González

INDICE

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA.....	2
CERTIFICACIÓN DE TUTORIA	3
DECLARACION JURAMENTADA (NOTARIZADA) . ¡Error! Marcador no definido.	
ACTA DE CALIFICACION TRIBUNAL..... ¡Error! Marcador no definido.	
REPORTE DEL URKUND	5
DEDICATORIA	7
ACRADECIMIENTO.....	8
INDICE.....	9
Índice de tablas	12
CAPÍTULO I: Problema.....	14
TEMA	14
1.1 Resumen – Abstract	15
Glosarios de términos	17
1.2 INTRODUCCIÓN	18
1.3 Planteamiento del Problema	20
1.4 Formulación del problema	20
1.5 Hipótesis	20
1.6 Variables	21
1.6.1 Variable independiente	21
1.6.2 Variable dependiente	21
1.7. Objetivos.....	21
1.7.1 Objetivo general.....	21
1.7.2 Objetivos Específicos.....	21

	10
1.8, Justificación	21
CAPÍTULO II	23
2. Marco Histórico	23
2.1 Antecedentes históricos del comercio en la sociedad	23
2.1.2 Historia del comercio justo	24
2.1.3 Hechos importantes del comercio justo	24
2.1.4 Marcas del comercio justo en otros países productores	26
2.1.1 Creación del comercio justo en Ecuador	27
2.1.2 Más allá de la teoría del comercio justo.....	29
2.2. Marco Teórico.....	33
2.2.1. Comercio justo y su definición sociológica	33
2.2.2 Sociología rural	35
2.2.4 Definición sobre el concepto de Trabajo	36
2.2.5 Trabajo social.....	36
2.2.1.2 El comercio justo como parte de la sociedad.....	37
2.2.2. Beneficio de comercio justo.....	40
2.2.3. Impactos del comercio justo	41
2.2.3.1 Importancia del comercio justo en la sociedad	42
2.2.3.2 Comercio justo local	42
2.2.4 Criterios del Comercio Justo.....	43
2.2.5 Sujetos del comercio justo	43
2.2.6 Definición del campesinado.....	44
2.2.7 Evolución de la economía indígena campesina	44
2.2.7.1 Derechos de los campesinos en zonas rurales.....	45
2.2.7.2 Características del campesino en la sociedad	46

	11
2.2.8 Importancia de la economía campesina en el hombre	47
2.2.8 Tipos de economía	48
2.2.8.1 Economía solidaria.....	48
2.2.8.2 Economía social	48
2.2.9 Economía campesina desde la perspectiva marxista	49
2.3 Marco legal e Institucional.....	49
CAPÍTULO III: METODOLOGIA	55
3.1 Método de investigación.....	55
3.2. Tipo de investigación.....	55
3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	56
3.3.1. Encuestas.....	56
3.5 Población y muestra.....	56
3.6 Localización geográfica de estudio.....	58
Capitulo IV: Resultados y discusión.....	59
4.1 Presentación de resultados	59
4.2. Discusión.....	74
CAPÍTULO V Conclusiones y Recomendaciones	75
Conclusiones	75
Recomendaciones	76
Bibliografías.....	77
Anexos	82
Anexo 1. Formato de encuesta.....	82
Anexo 2. Fotografías.....	84

Índice de tablas

Tabla 1. Historia sobre la creación de redes internacionales	25
Tabla 2. Organizaciones ecuatorianas que forman las redes del comercio justo	28
Tabla 3. Principios del comercio justo.....	38
Tabla 4. Concepto de comercio justo.....	60
Tabla 5. Importancia del comercio justo.....	61
Tabla 6. Comercio justo en el mercado	62
Tabla 7. Practica el comercio justo	63
Tabla 8. Comercio justo en su negocio.....	64
Tabla 9. Mercado de Guanujo.....	65
Tabla 10. Relación social.....	66
Tabla 11. Ventas de los productos los fines de semana.....	67
Tabla 12. Tipo de discriminación	68
Tabla 13. Venta de productos a fuera del mercado.....	69
Tabla 14. Años que trabaja en el mercado.....	70
Tabla 15. Economía campesina	71
Tabla 16. Economía campesina en el mercado.....	72
Tabla 17. Ingresos económicos mediante las actividades agrícolas	73

Índice de figuras

Figura 1. Concepto de comercio justo	60
Figura 2. Importancia del comercio justo	61
Figura 3. . Comercio justo en el mercado	62
Figura 4. Practica el comercio justo.....	63
Figura 5. Comercio justo en su negocio	64
Figura 6. Mercado de Guanajuo	65
Figura 7. Relación social	66
Figura 8 Ventas de los productos los fines de semana	67
Figura 9. Tipo de discriminación.....	68
Figura 10. Venta de productos a fuera del mercado	69
Figura 11. Años que trabaja en el mercado	70
Figura 12. Economía campesina.....	71
Figura 13. Economía campesina en el mercado	72
Figura 14. Factores que afectan a la economía campesina.....	73

CAPÍTULO I: Problema

TEMA

COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CAMPESINA DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE GUANUJO, GUARANDA, 2022.

1.1 Resumen – Abstract

En el presente trabajo investigativo se analizó el desconocimiento que tienen los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato respecto al comercio justo y economía campesina, por tal motivo se ha visto la necesidad de investigar los factores que impiden la práctica del comercio justo al momento de vender sus productos. Además en la investigación se expone que el comercio es una actividad de intercambios o trueques que el hombre primitivo ha practicado para sobrevivir, con el transcurso del tiempo aparece el comercio justo para establecer y regular los precios con la finalidad de obtener pagos justo por la venta de los productos, convirtiendo de esa manera en una actividad indispensable para el hombre.

El método que se empleó en el desarrollo del trabajo investigativo es: la metodología mixta debido a que parte del problema general, permitiendo conocer los factores que influyen en el desconocimiento que tienen los comerciantes sobre el concepto del comercio justo, se utilizó el método de investigación mixta con la cual se aplicó un cuestionario de preguntas que ayudó a conocer datos reales de la investigación. Los resultados obtenidos demostraron que los comerciantes tienen poco conocimiento acerca del concepto del comercio justo, esto se debe a la falta de socialización sobre el tema por parte de los administrados y autoridades de turno.

Palabras claves: Comercio justo, economía campesina, comerciantes, sociología del trabajo, sociología rural

Abstract

In the present investigative work, the level of knowledge that the merchants of the municipal market of Guanujo have regarding fair trade and peasant economy was analyzed, for this reason it has been seen the need to investigate the factors that prevent the practice of fair trade at the time of sell your products. In addition, in the investigation it is exposed that trade is an activity of exchanges or barter that primitive man has practiced to survive, in the course of time fair trade appears to establish and regulate prices in order to obtain fair payments for the sale of the products, thus becoming an indispensable activity for the human being.

The methods that were used in the development of the investigative work are: exploratory and descriptive method because part of the general problem allowing to know the factors that influence the ignorance that merchants have about the concept of fair trade, the type of investigation was used quantitative with which a questionnaire of questions was applied that helped to know real data of the investigation. The results obtained showed that the merchants have little knowledge about the concept of fair trade, this is due to the lack of socialization on the subject by the administrators and authorities on duty.

Keywords: Fair trade, peasant economy, merchants, sociology of work, rural sociology

Glosarios de términos

Comercio justo. “Es una asociación comercial basada en el dialogo, la transparencia y respeto entre personas con la finalidad de buscar igualdad en el comercio a nivel mundial”. (Ceccon, 2008, p. 61)

Productos. “Es algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y se podría satisfacer un deseo o una necesidad”. (Kotler, 2013, p. 196)

Mercado. “Es un lugar públicos donde se reúnen compradores y vendedores para satisfacer mutuamente necesidades a través de un proceso de intercambio comercial”. (Kotler, s.f. p. 44)

Compra. “Es una acción donde el comprador adquiere un bien o un servicio de otro (vendedor) a cambio de una contraprestación monetaria”. (Morales, s.f.)

Intercambio. “Es la acción de dar una cosa o realizar una acción a cambio de otra cosa o de otra acción”. (Economía, 2014)

Trueque. “Es una práctica de intercambios de productos, originario de los pueblos aborígenes del pasado”. (Tocancipa, 2008, p. 146)

Agricultor. “Persona que se dedica a cultivar o labrar la tierra”. (Real Academia Española, 2022.)

Sociedad. “Es un conjunto de seres humanos unidos mediante cualidades, material, moral, espiritual y culturalmente para la satisfacción de necesidades comunes”. (Moreira, 2003, p. 2)

Precio. “Es considerado como el punto al que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar transacciones para el vendedor”. (Tornatore, s.f. p. 1)

Campesino. “Es un pequeño productor agrícola que controla sus medios de producción, que son fundamentalmente la posesión de tierra, pero que incluye algunos aperos de orden rudimentario”. (Wolf citado por Gardner, 1998, p 5)

1.2 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como tema: comercio justo en el desarrollo de la economía campesina de los comerciantes del mercado municipal de Guanaju, la práctica del comercio justo conllevan a la relación de intercambio basados en el diálogo, transparencia y la confianza en las actividades comerciales contribuyendo al desarrollo sustentable de los pequeños comerciantes ofreciendo de esa manera mejores condiciones comerciales a los productores por medio del precio justo de los productos. Además el comercio justo se da mediante un acuerdo mutuo por todos los involucrados en el negocio.

Por tal motivo en el Ecuador existen varias organizaciones centrados en las actividades del comercio justo con una gran variedad de productos y servicios centrados en el desarrollo sostenible, que garantice el buen vivir de las familias de los pequeños productores implicados en el comercio y cuidando del medio ambiente. Todas las organizaciones relacionadas al comercio justo cuentan con una trayectoria de trabajo para la producción y comercialización con los agricultores.

En el mercado municipal de Guanaju los comerciantes tienen poco conocimiento acerca del concepto del comercio justo, por ello se ha visto la necesidad de realizar la presente investigación para conocer. ¿Cuáles son las causas que afectan al comercio justo en el mercado municipal de Guanaju? Esto conlleva a la hipótesis de conocer cómo el comercio justo contribuye al desarrollo de la economía campesina en los comerciantes del mercado. Para llevar a cabo el trabajo investigativo se ha estructurado en cinco capítulos.

Capítulo I. En esta sección se dará a conocer sobre el planteamiento de la problemática de investigación, seguidamente el apartado de formulación del problema que da paso a un objetivo general y objetivos específicos por último la justificación.

Capítulo II. Se encuentra el marco histórico, teórico, antecedentes, donde se centra en la historia del comercio justo, luego se sitúa la parte teórica en la que se busca información necesaria que servirá para respaldar al tema, además se puede notar la hipótesis de manera interrogativa con sus variables independiente como dependiente.

Capítulo III. En esta parte se encuentra la descripción del trabajo investigativo realizado por su ámbito de estudio, método de investigación, tipo de investigación realizado, nivel de

investigación, diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, procedimiento de recolección de datos, técnica de procesamiento de datos, análisis e interpretación de datos y el criterio de inclusión y exclusión.

Capítulo IV. En este capítulo se desarrolla la presentación de resultados alcanzados en base de las de las encuestas que fueron aplicadas en la población de estudio, la misma que se dividió en dos categorías: comercio justo, economía campesina con la presentación de tablas, gráficos y el respectivo análisis e interpretación de datos.

Capítulo V. Con este capítulo se culmina el desarrollo de todos los capítulos y se realiza las conclusiones y recomendaciones respectivas al estudio y se justifica el trabajo con las fuentes bibliográficas que ayudan al desarrollo del mismo, para finalmente añadir las encuestas y las fotografías.

1.3 Planteamiento del Problema

El comercio justo en el mercado laboral contribuye al desarrollo de la economía campesina. Las actividades comerciales han sido históricamente necesarias para la sobrevivencia del hombre y continúan siendo en la actualidad. Dentro de este contexto los comerciantes cumplen un papel importante en la sociedad, ser comerciante no se trata solo de vender y comprar productos, sino de invertir en productos que logren satisfacer al cliente y de esa manera competir en el mercado. Sin embargo, a pesar de la gran inversión que realizan no todos los comerciantes logran mejorar su estatus de vida. Por ello está presente esta investigación con la finalidad de conocer, cuáles son los factores que afectan al comercio justo en el desarrollo de la economía campesina en los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato.

En el contexto de la investigación, es un factor de acercamiento entre desarrollo local y comercio justo radica en el hecho de que ambos conceptos tienen como objetivo común mejorar las condiciones de vida de las comunidades a través de la participación de los actores que se encuentran en la base de la organización comunitaria (productores, mujeres, grupos marginados). Asimismo, los dos conceptos analizan la conformación de redes productivas y comerciales, locales, regionales e internacionales. La economía campesina debido a las políticas neoliberales siempre ha sido la más afectada con el pasar del tiempo se ha ido empeorando, debido a la precariedad de mano de obra, costos de producción, tierras, y precios agrícolas. En la actualidad los campesinos están dejando de labrar sus tierras debido al alto costo que tienen los insumos para poder producir, en muchas ocasiones la venta no cubre los costos de producción, eso causa que los trabajadores agrícolas opten por otras actividades de trabajo ya sea en el campo, ciudad o en otros países.

1.4 Formulación del problema

¿Cuáles son las causas que afectan al comercio justo y economía campesina en el mercado municipal de Guanajuato?

1.5 Hipótesis

El comercio justo contribuye al desarrollo de la economía campesina en los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato.

1.6 Variables

1.6.1 Variable independiente

Comercio justo

1.6.2 Variable dependiente

Economía campesina

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Estudiar el comercio justo para conocer los factores que afectan en el desarrollo de la economía campesina en los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato, mediante la encuesta como técnica de recolección de datos.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Describir las concepciones teóricas del comercio y economía campesina, para una mejor comprensión del problema en estudio.
- Identificar los factores principales que provocan la alteración al comercio justo en los comerciantes, mediante la interpretación de los datos recopilados.
- Analizar la relación que tiene el comercio justo y la economía campesina en los comerciantes que trabajan en el mercado de Guanajuato.

1.8, Justificación

El presente trabajo es importante porque permitirá conocer los factores que influyen en el comercio justo en el desarrollo de la economía campesina en los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato y los efectos que esto tendría al momento de comercializar, vender o intercambiar los productos propios o traídos de otras provincias para su comercialización local, que además estarían generando una competencia con los productos locales y los productos que traen de otras partes, afectando de esta manera al comercio justo. Las diferencias que existen en los productos locales y los de afuera son notables en la cantidad y precios eso hace al momento de su comercialización que los precios varíen, de esa manera afectado al comercio justo establecido en el mercado.

La investigación es factible ya que se realizó a los comerciantes que venden sus productos en el mercado municipal de Guanajuato, la información que nos proporcionaron, permitió identificar de manera precisa la afectación al precio justo. Los beneficiarios de este proyecto son los comerciantes informales que laboran en el mercado, por ello esta investigación servirá de apoyo para el estudio del desarrollo de la economía campesina y de los comerciantes que realizan trabajos sin horarios establecidos para satisfacer las necesidades de las personas. La presente investigación generará un impacto social, ya que el proyecto servirá para conocer si el comerciante practica el comercio justo a la hora de vender sus productos a los compradores o a sus clientes, con la finalidad de no ser afectados ninguna de las dos partes de esa manera ganando confianza y desarrollando una economía justa en la sociedad.

CAPÍTULO II

2. Marco Histórico

2.1 Antecedentes históricos del comercio en la sociedad

El comercio es muy antiguo, desde los inicios de la humanidad el hombre demostró que tenía que cubrir ciertas necesidades de alimentación, vestimenta, vivienda, etc. Fue allí cuando se dieron las primeras manifestaciones del comercio, se inició con el trueque o intercambio de mercancía entre los pueblos y sociedades. Cuando mejoraron los sistemas de transporte y distribución de diferentes productos de otras partes del mundo, se crearon diferentes monedas. Esto facilitó el comercio y dio origen al sistema el dinero como medida de cambio y portador de valor. El comercio es parte de la vida cotidiana, hoy en día negociamos como en la antigüedad la compra de alimentos, ropa, vivienda para la sobrevivencia en la sociedad.

Para conocer cómo se dio la evolución del comercio los investigadores han tomado como referencia la historia, 3000 años A.C. Cuando se construyeron las pirámides de Egipto, la agricultura era la fuente principal de la actividad del comercio y la exportación. Los fenicios y otras civilizaciones acogieron al comercio como actividad principal para el intercambio y la explotación de los recursos que tenían en su territorio por ello:

El comercio es el puente que une la producción con el consumo. Desde la Antigüedad se observa que los seres humanos han intentado comprar y vender los productos y servicios que eran capaces de elaborar. La distribución comercial permite materialmente realizar la compra y venta con un componente económico –oferta, demanda y precio– y permitiendo que el producto esté disponible en el momento y en el sitio que lo requiere el consumidor. (Cesares, 2021, p.13).

El comercio es una actividad ancestral que inicia con el hombre primitivo aun siendo nómada como sedentario que ha utilizado como mecanismo para la sobrevivencia el intercambio de productos, mediante el trueque que era la manera más factible de intercambiar un producto con otro sin la intervención del dinero. Con el pasar de tiempo el intercambio de productos da paso al comercio, donde empieza a circular la moneda en las diferentes civilizaciones dando un valor a las actividades económicas, convirtiéndose en una actividad fundamental para el desarrollo de la humanidad, mediante la compraventa, intercambio de bienes y servicio para satisfacer o solucionar las necesidades del hombre.

2.1.2 Historia del comercio justo

Según Iniciativa de Economía alternativa y Social (2013) afirma que el comercio justo surgió a partir de las necesidades comerciales y su finalidad es contribuir al desarrollo de los países más pobres de América Latina, lo que busca es ayudar y colaborar con algunas comunidades para promover la venta de los productos en Europa y Estados Unidos. En 1946 se apertura las ventas y entrega de tejidos artesanales en Puerto Rico por la organización “Ten Thousand Villages” de Estados Unidos tal intervención contribuyo a disminuir la pobre de los trabajadores puertorriqueños.

En 1958 en Estados Unidos se abre la primera tienda formal de comercio justo. En 1964 se fundó la primera organización de comercio justo en gran Bretaña y en 1967 aparece la primera importadora en Holanda, mientras que en Ginebra aumentaron los reclamos por parte de los países del sur quienes manifestaban que el “comercio no ayudaba” y reclamaban por primera vez un trato igualitario en las actividades del comercio. La petición era clara propuesto por los países industrializados para evitar problemas comerciales que afectaban a los países del sur mediante el bajo precio de las materias primas y la apertura de los mercados, por ende, los países industrializados optaron por ofreces créditos económicos, lo cual incremento la discriminación y marginación a los países del sur conocidos como los países más pobres de los continentes Americano y Europeo.

En 1968 se da la segunda conferencia en Nueva Delhi por parte de la UNCTAD, donde los países en vías de desarrollo aumentaron aún más los reclamos por el comercio justo, pero nuevamente no eran escuchados. Con el pasar del tiempo poco a poco fue aumentando el interés por el comercio a nivel mundial y entre 1960 y 1970, se fundaron un sinnúmero de organizaciones favorables para desempeñar el comercio justo en el Sur, con las contribuciones del Norte. Hoy en día se registran más de 3. 000 tiendas y 7.000 centros de ventas del comercio justo en Europa, así mismo se registra más de 1.500 profesionales y 50.000 voluntarios que intentan ayudar al movimiento. (pp. 31-32).

2.1.3 Hechos importantes del comercio justo

Según la Coordinadora estatal de comercio justo (2016) argumenta que la victoria de las grandes potencias económicas mundial en la segunda guerra mundial liderado por Estados Unidos, impone un nuevo modelo económico en todo el continente con la finalidad de obtener mayor ingresos

económicos. Los países del norte comenzaron a proteger sus ingresos comerciales de sus empresas, con todo eso los países más pobres del sur son los más afectados por la falta de poder económico. Las relaciones comerciales injustas crean pobreza y desigualdad en el mundo, por ello es necesario hacer un recorrido de las fechas más importantes del comercio justo.

Tabla 1. Historia sobre la creación de redes internacionales

Año	Hechos importantes
1946	Ten Thousand Villages empieza a comprar bordados de Puerto Rico convirtiéndose en la primera organización de Estados Unidos en acceder a los mercados internacionales.
1958	Estados Unidos se abre la primera tienda de manera formal de comercio justo.
1964	Cansados del trato desigual los países del sur buscan que el comercio sea más justo, se crea la organización, Oxfam Trading
1969	Holanda abre su primera tienda de comercio justo en Europa.
1988	Se crea el primer sello de garantía, Max Havelaar en Holanda.
1989	Funda la federación internacional de comercio justo por 40 organizaciones del comercio.
1990	11 importadoras Europeas crean la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA).
1997	Se crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional dando lugar al sello Fairtrade.
2001	Se plantea el 11 de mayo como el día mundial del comercio justo en todo el mundo.
2004	En Bruselas se crea, la oficina de incidencias políticas del movimiento del comercio (FTAO).
2006	Consideran al comercio justo un instrumento para luchar contra la pobreza y incrementar el desarrollo sostenible en los países europeos.
2009	Se constituye la organización mundial del comercio justo (WFTO) mediante la unión de varias redes internacionales.
2014	El comercio justo es considerado en las contrataciones públicas tras la aprobación de una resolución por el parlamento europeo.
2016	Se presenta el sello de certificación (WFTO) para las organizaciones que quieran formar parte del movimiento.

Nota: Coordinadora estatal de comercio justo, 2016, pp. 38-40

La creación de FLO en el año 1997, llevó a tener una exportación de calidad de productos beneficia de forma directa a los integrantes del comercio, hoy en día se lo conoce como Fairtrade Internacional de la misma manera la conformación de la Organización Mundial del Comercio Justo es considerada como los responsables de influir y promover el movimiento del comercio justo en todo el mundo

2.1.4 Marcas del comercio justo en otros países productores

Para la obtención de productos garantizados y de calidad en las actividades comerciales, los productores crearon varias organizaciones de comercio justo en todo el mundo especialmente en el sur, para combatir las desigualdades laborales en la sociedad guiada por los países desarrollados del norte. La intervención de las organizaciones en los pequeños productores ha generado rentabilidad económica, debido a la aplicación de principios del comercio justo.

Según Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (2013) indican que existen más de cinco millones de personas que laboran en talleres y fábricas, relacionado a los proyectos de ONG. En las actividades del comercio justo existen tres categorías de productores: los trabajadores asalariados que pertenecen a empresas privadas, fábricas y otros. Los artesanos de cooperativas, talleres familiares o entidades privadas. Los agricultores de pequeñas organizaciones o cooperativas. De esta manera el comercio justo garantiza el cumplimiento de sus modelos, además ayuda a crear redes internacionales y nacionales de comercio llamados:

Fairtrade Internacional que está conformada por 22 organizaciones debido a que es un sistema de organización internacional de certificación de productos de comercio, todas las organizaciones relacionadas al comercio justo proponen el uso de la certificación Fairtrade en el país. África, Asia, América Latina son socios directos de Fairtrade internacional que representan a los trabajadores y productores del continente, mediante el sello Fairtrade impreso en el envase de los productos. WFTO, Organización Mundial del Comercio Justo tiene más de 450 miembros en 75 países con la finalidad de mejorar la vida de los productores, mediante acceso directo al mercado nacional e internacional. WFTO es la única red que integran a productores, exportadores, importadoras y minoristas desde la producción hasta la venta, además brinda garantía a las organizaciones para que cumplan con todo los criterios del comercio justo, mediante seguimiento interno y externo garantizando la credibilidad, transparencia de las organizaciones.

Además la coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) está conformada por 30 organizaciones del comercio justo de España, tal organizaciones son diferentes debido al tamaño, definición ideológica, actividades prácticas y estructuras profesionales en el mundo del comercio. (pp. 32-34).

El autor Marcillo (s.f) menciona que las siglas de la organización del comercio justo han sufrido varias modificaciones desde su creación. En el 2008 pasa llamar WFTO (World Fair trade Organization) para representar a todas las organizaciones productivas, convirtiéndose en la oficina regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo. En la actualidad está integrada por 13 países y 50 miembros que provienen de América latina y promueve la unión y cooperación comerciantes y entre actores con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores. La misión de la organización WFTO es permitir que los productores mejoren sus medios de vida y comunidades a través de comercio justo. WFTO es la red global y abogada por el comercio justo, asegurando que las voces de los productores sean escuchadas. Mientras que la visión se basa en las estructuras y prácticas comerciales que han transformado para trabajar en favor de los pobres y promover el desarrollo sostenible y la justicia. (pp. 26-27).

Las organizaciones que forman parte del comercio justo van enfocadas a solventar necesidades de los pequeños agricultores y artesanos, con la finalidad de poder tener una economía equitativa en el mercado local, nacional e internacional. De esta manera las organizaciones tienen claro la misión y visión del comercio para poder intervenir en los países subdesarrollados de todo el mundo, con un mismo fin ayudar a las personas que realizan las actividades del comercio, de esta manera fortaleciendo el trabajo de los agricultores y productores mejorando la calidad de vida.

2.1.1 Creación del comercio justo en Ecuador

El autor Marcillo (s.f) señala que en los años 70 en el Ecuador surgen varias organizaciones de productores y productoras, centrados en las actividades del comercio justo y solidario para desarrollar estrategia eficiente de comercialización local, nacional e internacional centrados en el desarrollo sostenible, que garantice el buen vivir de las familias de los pequeños productores implicado en el comercio y cuidando del medio ambiente. Todas las organizaciones relacionadas al comercio justo cuentan con una trayectoria de trabajo para la producción y comercialización con los agricultores cuyos integrantes son.

Tabla 2. Organizaciones ecuatorianas que forman las redes del comercio justo

Nombre	Año	Antecedentes	Finalidad
SALINERITO GRUPO SALINA.	1970 Salinas Guaranda	Empezó creando una gran variedad de productos y servicios de forma comunitaria y social, fortaleciendo a los procesos económicos, sociales y culturales de la parroquia.	Motivar a la ciudadanía para que sea más responsable y comprometida con el desarrollo humano, además cuenta con diversos ámbitos de acción y las principales es la educación, capacitación, salud, género, ambiente, turismo comunitario, finanzas populares, evangelización y producción relacionado al comercio justo
CAMARI	1981 Quito	Esta organización da sus inicios con las familias campesinas en todo el Ecuador mediante las asistencias técnicas y créditos económicos para mejoramiento de las condiciones de vida de los productores.	Promover soluciones a los problemas de la comercialización agropecuaria y artesanal de los pequeños productores, relacionado con los principios de la economía solidaria y de comercio justo.
MAQUITA.	1985 Quito	Surge la presente organización mediante la comercialización directa entre productores, productoras, campesinos y consumidores de productos urbanos, agrupando a más de 500.000 integrantes, de las cuales 45% son mujeres. Cuenta con más de 55 iniciativas comerciales en las 17 provincias del Ecuador.	Buscar la autogestión comercial y control de los recursos por medio de las prácticas transparentes, equitativa y de calidad. Mediante la escuela de economía solidaria ha logrado capacitar a más de 12.7000 familias en el año 2015.
SINCHI SANCHI.	1991 Amazonia	Aparece con temas relacionado al comercio e identidad cultural de los pueblos para fortalecer su identidad y aportar al desarrollo de la economía justa,	Impulsa actividades de desarrollo humano para fortalecer procesos organizativos de producción y comercialización comunitaria en los sectores urbanos y rurales marginados.

		solidaria y ambiental de los pequeños productores indígenas de la Amazonia.	
CHANKUP	1996 Amazonia	Nace en el territorio Achuar para cubrir las necesidades y crear fuentes de trabajo y ampliar, estructurar las actividades de manera más especializadas en el desarrollo comunitario.	Apoyar a los grupos prioritarios de la población Shuar, Achuar y mestiza de la amazonia central para la generación de ingresos a través de trabajos en cadena de valor y acompañamiento cumpliendo los principios de biocomercio con calidad, eficiencia y solidaridad.

Nota: Creación del comercio justo en Ecuador, Marcillo, s.f.

Todas las organizaciones antes mencionadas están certificadas por la organización mundial del comercio justo. (WFTO) características colectivas que impulsó en el 2011 el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo del Ecuador fomentando el consumo responsable. En el 2003 se funda la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), legalizada en el 2010 como Unión Nacional de Asociaciones Pequeños Productores Agropecuario, el comercio justo en Ecuador agrupa a 11 organizaciones certificadas con el sello FLO, luego han desarrollado el sello de Garantías SPP (sello del pequeño productor) conocido en el continente. Actualmente al movimiento nacional se han sumado diversas organizaciones productoras con diversos productos orientadas al mercado nacional e internacional mediante la economía popular y solidaria, contribuyendo al desarrollo económico del país (págs. 35, 39).

2.1.2 Más allá de la teoría del comercio justo

La actividad de comercio justo se ha mantenido en la sociedad con la finalidad de solventar las necesidades del comerciante y comprador de manera justa. Actualmente el comercio justo tiene ventajas y desventajas debido al interés propio del comerciante. En otras palabras es un sistema comercial, que integra a productores, comerciantes y consumidores a tener ganancias igualitarias para todos. Por otra parte el comercio justo regula los precios de los productos, con la finalidad de obtener pago justo por las ventas de los productos entre comerciantes compradores y productores para cubrir las necesidades del individuo y beneficiando a la sociedad, es por ello que el comercio se ha convertido en una actividad indispensable para el ser humano mediante la comercialización

de productos que es el factor principal en el mercado, donde las personas que se dedican al comercio buscan obtener recursos económicos que les permita obtener otro producto que ellos necesitan.

Siguiendo con la línea de investigación el autor Salas, (2021) plantea que la actividad económica es fundamental para el desarrollo de la sociedad. Con el transcurso del tiempo las actividades agrícolas han desarrollado nuevas técnicas de producción y con ello también el comercio ha experimentado nuevos cambios. Todo el cambio que se ha dado en el comercio no ha sido siempre positivo en igualdad o ética, debido a que en muchas ocasiones el comercio ha beneficiado a pequeños grupos familiares ocasionado de esas maneras desigualdades entre individuos que llevan acumulando pobreza. (p.37- 38).

Las actividades comerciales generadas por el hombre han tenido crecimientos rentables mediante acogimientos por parte de los consumidores logrando “identificar tres vertientes de comportamientos de consumo: ético, orgánico y solidario; estos establecen tipos de comunidades de consumidores que requieren de una campaña de mercado. (Avella, 2007, citado por Sánchez, 2018, p. 153). Los comportamientos de las personas especialmente de los comerciantes es importante en el mercado, debido a la atención que da dependerá las ventas de los productos.

En el mercado el comercio justo se enfoca en “el desarrollo equitativo de las personas y los territorios, por medio de la práctica de los valores éticos y la gestión de los recursos ambientales basados en criterios de sostenibilidad, a partir de la valoración digna del trabajo”. (Sánchez, 2018, p. 151). En otras palabras las actividades comerciales ayuda a las personas a tener ingresos de manera directa por sus ventas, las actividades comerciales tienen tres categorías dominados: propietarios, intermediarios y comerciantes de los tres mencionados los intermediarios son los que más sobresalen en las ganancias debido a que compra los productos a precios bajos y lo revende en el mercado a precios elevados, llevando a muchos comerciante a sobresalir en el mercado de los negocios.

Por ello el tema del comercio en la sociedad es muy amplio debido a las intervenciones económicas hechas por el individuo con la finalidad de obtener ganancias. Las actividades del comercio practicadas por los intermediarios en ocasiones ha contribuido para generar riquezas, para las personas de bajos recursos económicos, agricultores el comercio se ha convertido en una

actividad de sobrevivencia fundamental en la sociedad. Todo esto ha ocasionado cambios, llevando a ser estudiados por diferentes autores que mencionan al comercio justo en la actualidad como actividad indispensable para la sociedad por ello consideran que es:

Un reto innovador frente a la globalización neoliberal, y miran al crecimiento de las ventas de comercio justo como una pequeña pero importante victoria en la lucha contra la liberalización de los mercados, los recortes del gasto social y el ataque a los derechos laborales impuestos por las reformas neoliberales.(Fridell, 2005,p.44).

Las investigaciones realizadas sobre el comercio justo tienen mucho en común debido a que se centran en el comercio que realiza el hombre en la sociedad, la actividad del comercio en un lugar determinado genera economía debido al intercambio y circulación del dinero, en los mercados, nacionales e internacionales. Todas las actividades comerciales tienen sus ventajas y su desventaja debido a diferentes factores que influye desde la producción hasta la comercialización.

En América Latina y el Caribe el comercio justo está siendo cada vez más visible debido a la oferta y demanda en el mercado donde crece el interés de asociaciones de productores o procesos de comercialización solidaria, en las actividades comerciales también existen productores y empresas sociales que están trabajando localmente bajo una lógica de comercio justo, para mejorar las relaciones comerciales y con ello mejorar el nivel de vida de las personas involucradas en dicha actividad, además se considerando que el:

Comercio justo es un movimiento socioeconómico global que propone una manera distinta de entender las relaciones económicas y comerciales. Nació como respuesta a aquellas relaciones comerciales que contribuyen poco o nada al desarrollo sostenible, en términos de reducción de la pobreza y las desigualdades, respeto de los derechos humanos y por el medio ambiente, entre otros. (Concione y Mulder, 2017, p. 19)

La intervención del comercio justo en el mercado mundial es importante debido a que ayuda a tener una regulación en los precios de los productos, en otras palabras la implementación y la práctica justa ayuda a tener una economía justa, entre los productos, comerciantes y consumidores beneficiando de forma positiva a la sociedad, la práctica injusta en el mercado ha perjudicado a la clase baja que está conformado por agricultores, campesinos, obreros que labran la tierra y siembran con la finalidad de obtener ganancias o pagos justos por sus productos en el mercado que en varias ocasiones no se da y esto conlleva al comercio injusto perjudicando a muchos y beneficiando a pocas personas.

La economía a nivel nacional acoge al comercio justo en los diferentes mercados del país, la presente investigación se basa en el comercio agrícola en donde también existe el comercio justo, para mejorar su distribución de los productos nacionales y locales en:

La actualidad existe diversas organizaciones de productores con una gran variedad de productos y servicios relacionadas con el Comercio justo y colectivos de economía popular y solidaria, que despliegan interesantes iniciativas productivas y comerciales orientadas a los mercados locales, nacionales e internacionales con una incidencia social y económica, que en conjunto constituyen un pilar importante al desarrollo del Ecuador. (Aguilar, 2021, p.52)

Las actividades comerciales que se dan a nivel mundial, regional y local es fundamental para el desarrollo de la sociedad, la comercialización y venta de productos genera desarrollo e ingresos económicos que sirven para solventar otras necesidades. La venta de cualquier producto atrae a la economía mediante el intercambio de productos o el pago de dinero por la adquisición del producto. Por otro lado, la economía ha influido para que exista la economía solidaria que se basa en otra forma de hacer comercio, mediante el trabajo colaborativo de un grupo de personas para fortalecer la actividad productiva de su localidad.

A nivel local en el mercado municipal de Guanajujo no se conoce la realidad del comercio que practican debido a que no existen estudios que expliquen cómo es el funcionamiento de cada sección que tiene el mercado. Adicionalmente el desconocimiento de las personas que adquieren los productos, no tiene conocimiento sobre las prácticas que se dan en el mercado, por ello se ha visto la necesidad de realizar la presente investigación para conocer como es el funcionamiento, además conocer la existencia del comercio justo o injusto entre los comerciantes y compradores.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Comercio justo y su definición sociológica

El comercio es estudiado por diferentes autores que coinciden que el comercio justo es una actividad económica que ayuda a regular los precios en el mercado mediante el pago justo por la compra y venta de los productos que realiza constantemente el hombre en la sociedad. Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), citado por Marcillo, (sf), el Comercio Justo constituye:

Una relación de intercambio basada en el diálogo, la transparencia y la confianza, que busca mayor justicia en la actividad comercial. Contribuye al desarrollo sustentable de los pequeños y pequeñas productores, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando que se cumplan sus derechos. (p. 8)

El comercio justo es una actividad comercial que procura el bienestar social, económico y ambiental de los productores marginados de los países en vía de desarrollo. Por ello es importante la práctica del comercio en condiciones equitativas, pagos justo por la mano de obra del agricultor y precios justos. Por lo tanto el comercio justo es producto de la relación estrecha entre los pequeños productores y los consumidores conscientes de la situación del mercado actual en la que prevalecen los términos de solidaridad, equidad y justicia. La sociedad se mueve a través de comercio, generando fuentes de trabajos que beneficia a las personas que no pueden contar con un trabajo estable aunque también estas fuertes de trabajo traen consecuencias precarias debido a que la mayoría de trabajadores informales no cuentan con un seguro de vida. A pesar de las desventajas mencionadas anteriormente el comercio es importante para satisfacer las necesidades del hombre.

El autor Ceccon (2008) afirma que el comercio justo es una asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y respeto entre personas con la finalidad de buscar igualdad en el comercio a nivel mundial. Además contribuye al desarrollo sostenible mediante condiciones favorables en las actividades comerciales y fortalece los derechos de los agricultores, productores, comerciantes y trabajadores marginados especialmente en los países pobres del sur. (p. 61). En este sentido las actividades del comercio justo funcionan con el pago justo al momento de adquirir o intercambiar productos en lugares como mercados, almacenes y tiendas, para el comprador obtener productos a precios justo favorece de forma directa su economía. Las personas de clase baja son las más favorecidas con los precios justos y estables que existe en el mercado, también

son los más afectados al momento de comprar productos a precios injustos y esto conlleva a sumergirse en la pobreza extrema.

Por ello Ceccon (2008) manifiesta que el modelo planteado por el comercio justo es un sistema comercial que involucra a productores, comerciantes y consumidores mediante ganancias de manera igualitaria, la distribución de ganancias igualitarias conlleva aumentar ingresos económicos de los productores de forma general contribuye a disminuir la pobreza en los países subdesarrollados del sur, con la finalidad de vivir dignamente mediante la práctica de las actividades del comercio equitativo y solidario tales actividad ayuda al desarrollo de la sociedad. (p.61)

Según Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (2013) considera al comercio justo como otra manera de hacer comercio mediante la lucha contra la pobreza. En las actividades productivas del comercio las personas que trabajan reciben un salario con el que pueden sobrevivir y crear desarrollo social y ambiental, tiene condiciones digna de trabajo y no hay explotación infantil, además conlleva al respeto por las personas y el medio ambiente fomentando de esa manera igualdad entre todos los individuos involucrados en la actividad comercial. (p. 13)

La Coordinadora Ecuatoriana de comercio justo (2018) señala las actividades del comercio justo como un proceso que desata el desarrollo de los talentos humanos y las capacidades organizativas y de gestión, impulsando el desarrollo de las personas, organizaciones y empresas así como sus capacidades para la toma de decisiones sobre su vida y sus destino, fortaleciendo al mismo tiempo nuevas relaciones económicas y comerciales, con nuevos sujetos sociales y políticos que construyen su buen vivir para el individuo en la sociedad. (párrafo 5).

Es por ello que de los 5 autores mencionados coinciden en que el comercio justo beneficia a las personas involucradas, de esta manera podemos definir al comercio justo como un sistema económico igualitario, donde se vela los intereses de los más perjudicados en ámbito de la producción como son los agricultores y productores, mediante las políticas equitativas y justa. A más de eso se enfocan principalmente en el cuidado del medio ambiente y ayudan con la reducción de la pobreza en todo el mundo.

2.2.2 Sociología rural

La sociología rural se enfoca en estudiar, analizar los cambios e interacciones que llegan a darse en las personas por diferentes motivos en los habitantes de los sectores rurales, en los sectores rurales existen más desigualdades sociales, por ello es importante la intervención de esta disciplina ya que se centra en explicar las interrelaciones que tienen los grupos rurales en la sociedad de esta manera.

La sociología rural sigue siendo una subdisciplina poco visible de la sociología general. Más allá de las modas intelectuales que privilegian determinado tipo de temáticas a partir de consideraciones institucionales y coyunturales, el campo no ha sido un eje prioritario de la sociología mexicana. Incluso en el periodo posrevolucionario de reparto de tierras las discusiones en torno al devenir de la población rural fueron dominadas por juristas, ingenieros y antropólogos. Para entender ese carácter endeble de la sociología rural es menester remontarse hacia sus orígenes, con el fin de examinar la relación entre las políticas públicas y el conocimiento científico sobre el campo. Desde finales del siglo XIX las autoridades federales y estatales alimentaron una visión a menudo despectiva y racista respecto de las comunidades rurales. De manera general, el sentido humanitario de la intervención del Estado hacia los más pobres osciló entre una beneficencia tolerada y un asistencialismo autoritario. En todo caso, existe una estrecha relación entre la constitución de un saber científico especializado sobre las sociedades rurales y las políticas públicas, relación que es también la expresión académica del proceso de civilización de las clases bajas en el marco de una urbanización de su conducta. (Lutz 2014, p.163)

Los problemas en la ruralidad y el campo han causado que la sociología rural surja para que se encargue de analizar, explicar y dar una solución a los problemas que se presenta en el ámbito laboral, de esa manera la sociología rural es fundamental en la sociedad.

2.2.3 Sociología del trabajo

La sociología del trabajo nace debido al estudio sobre las consecuencias de las actividades de trabajo generado por el hombre, a más de eso estudia las colectividades humanas basadas en el trabajo laboral que constituye una actividad económica y un medio de subsistencia en la sociedad. Además busca prevenir y resolver conflictos entre los actores involucrados que se dan por diferentes motivos de trabajo, por ello es:

El estudio de colectividades humanas muy diversas por su tamaño, por sus funciones, que se constituyen para el trabajo, de las reacciones que ejercen sobre ellas, en los diversos planos, las actividades del trabajo constantemente remodeladas por el progreso técnico, de las relaciones externas, entre ellas, e internas, entre los individuos que las componen. (Friedman, et al., citado por Ghiotto 2015, p.270)

El trabajo ha sido fundamental para el hombre debido a que es una actividad laboral, donde los individuos pueden obtener un pago económico por su mano de obra. El trabajo ha sido fundamental

para el desarrollo de la sociedad, desde la antigüedad hasta nuestros días mediante las actividades del trabajo el hombre ha podido sobrevivir en la tierra, realizando diferentes actividades que han llevado al hombre a explotarse los unos con los otros con la finalidad de sobrevivir y acumular riqueza.

2.2.4 Definición sobre el concepto de Trabajo

El trabajo es una actividad que necesita la intervención del ser humano para desarrollar las diferentes actividades en el campo laboral considerando de esa manera que:

El trabajo además de ser una actividad fundamental en la vida cotidiana del ser humano se ha convertido en un modelo de acumulación de capital, bienes y servicios, por lo tanto, crea relaciones personales entre individuos y genera divisiones de estatus dentro de la sociedad. Por otra parte, después de la industrialización, nace la necesidad de nuevas formas de organización de trabajo como una parte fundamental para el logro de la eficiencia y competitividad del sistema de producción. (Iza, 2012, p.24)

El trabajo es la actividad que el hombre realiza con un propósito, con la ayuda de sus manos, herramientas y máquinas. En los últimos tiempos el hombre ha ido perfeccionando sus herramientas para facilitar el trabajo, eso ha llevado a reemplazar en muchas actividades la mano de obra por las máquinas encaminada por las tecnologías.

2.2.5 Trabajo social

El trabajo social es un es un método que ayuda a buscar soluciones de las problemáticas que se presentan en la sociedad, mediante las intervenciones de luchas por causas justa y humanas que tiene el individuo, por ello el trabajo social es considerado como:

La disciplina que se ocupa de conocer las causas-efectos de los problemas sociales y lograr que los hombres asuman una acción organizada, tanto preventiva como transformadora que los supere. No es simplemente ejecutora de lo que otras disciplinas elaboran. Interviene en situaciones concretas que muestran determinadas carencias, investigando y coparticipando con los actores en un proceso de cambio. (Kisnerman, s.f, p. 97)

En la presente investigación el trabajo social, es fundamental para conocer cómo es la interacción social de los comerciantes con los demás a más de eso se centra en las causas y efecto de un problema con la finalidad de dar solución a los problemas socio económicos, políticos, culturales, de esa manera aumentando el bienestar de la sociedad.

El autor Moix (2004) menciona al trabajo social como una actividad que ayuda técnica y organizada, sobre las personas, grupos y las comunidades con la finalidad de conocer la realidad para poder realizar proyectos que ayuden a tener mejor funcionamiento social, de esa manera tener bienestar social por medio de los recursos internos y externos obtenidos mediante los ofrecidos por los Servicios Sociales y por las instituciones y los sistemas del Bienestar Social. (pp. 131-132).

En este sentido el trabajo social mediante los profesionales en la rama ayudan a dar soluciones a los problemas que surgen por diferentes motivos en la sociedad, por ello es importante la intervención del trabajador social en las instituciones públicas o privadas para conocer la realidad que conllevan al surgimiento de los problemas y que afecta al individuo de forma directa ocasionando problemas para las instituciones gubernamentales.

2.2.1.2 El comercio justo como parte de la sociedad

El comercio justo forma parte la sociedad, mediante la compra y venta de productos a precios justo que beneficia especialmente a los agricultores, comerciantes y consumidores, mediante la regulación de los precios, para los autores Concione y Mulder (2017) “el principal objetivo del movimiento del comercio justo es garantizar a los pequeños productores agrícolas y artesanales un acceso más directo al mercado para sus productos, en condiciones más justas y equitativas”. (p.19). Por lo tanto el comercio justo en teoría beneficia a todas las personas que vendan o tengan un negocio para cubrir las necesidades propias y de sus familias.

De esta manera el comercio justo ha perfeccionado sus objetivos, buscando mejorar el desarrollado económico, para los pequeños productores del sur. Creando accesos al comercio internacional, mediante la igualdad de condiciones y normas en el mercado. Estudios realizados por Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria. (2013) indica 10 retos que se centran en los principios y valores comunes del comercio justo.

Tabla 3. Principios del comercio justo

1. El comercio justo crea oportunidades para los pequeños productores en desventaja económica.	La creación de cooperativas de productores ofrece financiamiento, cuida el proceso de producción y medio ambiente, para lograr condiciones dignas de trabajo para hombres y mujeres por igual y establece precios fijos y costo de producción.
2. Transparencia en toda la cadena comercial	Los grupos productores relacionado al comercio justo van más lejos de los códigos de conducta, el conjunto comercial y la cooperación económica conlleva a la transparencia de un valor. Las estructuras organizativas buscan que todas las cadenas comerciales tenga la misma información sobre el tratamiento de productos.
3. Relaciones comerciales equitativa y a largo plazo con los productores	Las organizaciones productoras mantienen relaciones a largo plazo por la preocupación social y medio ambiental de los agricultores y sus comunidades. La confianza, equidad, solidaridad y respeto mutuo intervienen para alcanzar el objetivo del comercio justo
4. Precio justo a los productores que cubra los costes de una producción y un modo de vida digno.	Pagos justo, equitativos a los productores ha beneficiado en diferentes aspectos: educativo, vivienda, diversificación de productos, formación técnica y mejor equitación agrícola. En las zonas rurales los agricultores no trabajan con organizaciones del comercio justo, pero se ven beneficia por la información sobre el comercio justo. De esa manera el comercio justo desde el principio ha luchado a favor de precios justos por los productos en el mercado.
5. Lucha contra explotación laboral infantil.	La falta de ingresos económicos en hogares ha llevado a las familiar sacar a los niños de las escuelas para poderlos a trabajar y obtener ingresos para enfrentar la pobreza extrema. Combatir la explotación infantil es una tarea complicada debido a que todos somos responsables de algún u otra manera. Por tal razón es necesario la intervención del comercio justo para la detección y control de la explotación infantil en las comunidades productoras.
6. Equidad de género	La actividad de comercio justo en la sociedad va enfocado en producir cambios estructurales en las comunidades y buscan promover la equidad de género y beneficio por igual entre hombres y mujeres. Antes de incorporarse al trabajo equitativo, las mujeres fueron objeto de explotación llegando a trabajar más horas que los hombres, todo esto conlleva a una distribución injusta de los recursos sociales y económicos
7. Condiciones laborales dignas que protejan los	Para que existan garantías en las condiciones de producción debe cumplir varios convenios impuesto por la OIT, para el desarrollo de cuatro áreas principales en las condiciones laborales: la libertad de asociación y la libertad sindical, la eliminación

derechos humanos de los trabajadores.	definitiva del trabajo forzoso, la eliminación y prohibición del trabajo infantil. El poder económico tiene un impacto negativo en ámbito laboral y en los sueldos, especialmente en los países del sur.
8. Construcción de capacidades y asistencias para los grupos productores desventajados	Los países del norte ofrecen a los productores técnicas suficientes para el mejoramiento de gestión de sus organizaciones y el acceso a todo tipo de mercado. Para la obtención de calidad y garantía de producción los productores deben saber cómo aplicar en el mercado los conocimientos técnicos para el cumplimiento de los objetivos comercial.
9. Información y sensibilización sobre comercio justo	Todas las organizaciones relacionadas al comercio justo se preocupan por ofrecer información sobre las actividades productivas, elaboración de bienes para la comercialización, además ofrece transparencia, pago justo al momento de vender los productos.
10. Cuidado del medioambiente	La práctica del comercio justo por los productores agrícolas minimizan la contaminación ambiental mediante el uso de plaguicidas orgánicos, además la utilización de materiales biodegradables prioriza producción sin químicos

Nota: Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, 2013, págs. 17, 29

2.2.1.3 Vinculo de suministro del comercio justo

Según la coordinadora estatal de comercio justo (2016) manifiesta que existen cuatro actores principales que intervienen en el proceso de compra y venta de productos desde las parcelas hasta llegar a los clientes.

- Organizaciones productoras: El continente africano ha sido el más beneficiado por el comercio justo, existen 75 países en todo el mundo distribuidos en continentes de, Asia, América Latina el Caribe y África que reúnen un total de 2.000 asociaciones que benefician a más de 2000 millones de trabajadores y agricultores.
- Importadores: Son organizaciones encargadas de adquirir productos directamente de las asociaciones, cooperativas para la comercialización. Existen más de 500 empresas importadoras que negocian directamente con los productores, además les brinda asesoramiento para entrar a nuevos mercados.
- Tiendas: Las tiendas se han convertido en el corazón del movimiento del comercio justo a nivel mundial, debido a la unión entre la ciudadanía que ha llevado a la creación de 4000 tiendas de venta de productos Fairtrade.

- **Consumidores:** Gracias a la compra de consumidores que cada vez se acogen al concepto del comercio justo mediante el consumo responsable para garantizar una vida digna a las personas que viven en extrema pobreza. (p. 43)

2.2.2. Beneficio de comercio justo

Según Fairtrade International (2019) considera que existen 5 beneficios principales que generan rentabilidad en las actividades del comercio justo.

Precios estables: Los productores tienen establecidos un precio en los productos, ofreciendo de esa manera garantía en los precios y buscan más seguridad contra la variación de precios internacional. La intervención del comercio justo es promover medidas favorables y otorgar un precio mínimo en los productos en el mercado.

Prima adicional: Es una herramienta que va enfocado en mejorar la calidad de vida de los productores, en otras palabras es una suma de dinero adicional, que se paga por encima de los precios acordados. La prima de Fairtrade es beneficioso porque ayuda a incrementar inversión en el sector educativo, salud, capacitaciones para mejoras de las técnicas de producción agrícola, aumentando los ingresos todos estos factores mejora la cosecha y calidad de vida.

Una alianza orientada a sus necesidades como productor: Los agricultores y trabajadores certificados Fairtrade son copropietarios de Fairtrade International y participan en la gestión de la organización. Los productores pueden influir en las estrategias, los estándares, los precios y las primas del comercio justo a través de la participación en consejos, comités clave y procesos de consulta en las actividades del comercio justo.

Empoderamiento de agricultores y trabajadores: La transformación del comercio justo se produce cuando se garantiza un trato igualitario y justo, que forma parte del núcleo del comercio justo donde los productores empiezan a tener un papel importante en la cadena de producción y empoderan del trabajo que hacen, y lo más importante incluye el desarrollo sostenible en los proyectos. De esta manera los agricultores deberían formar una estructura democrática a través de la administración transparente para poder obtener la certificación.

Oportunidades del mercado: Las oportunidades de mercado se logran a través de la promoción del cuidado del medio ambiente y las prácticas del comercio justo por parte de los productores, es

decir los clientes buscan productos sostenibles con la etiqueta de Fairtrade que es reconocida en todo el mundo. (párrafo 1)

En el Ecuador uno de los factores claves es la incorporación del comercio justo a la constitución del 2008. El interés y voluntad política del gobierno de Rafael Correa de dar apoyo a los pequeños productores ecuatorianos, grupos vulnerables mediante programas, proyectos y la creación de varias instituciones para el fortalecimiento del comercio justo. De tal manera los beneficios creados por Fairtrade Internacional tienen relación similar con el comercio justo que existen en el Ecuador, además un mismo fin de construir un sistema económico justo, democrático productivo, solidario y sostenible mediante la distribución igualitaria de la producción y comercialización. Además el comercio justo en el Ecuador favorece a la soberanía alimentaria y mejora el ingreso económico de familias, comunidades y del país.

2.2.3. Impactos del comercio justo

Según la coordinadora estatal de comercio justo (2016) el comercio justo permite la identificación para proporcionar una serie de beneficios a los trabajadores, las organizaciones y comunidades además generan una serie de impactos en lo económico, social, ambiental y organizacional.

a. Impacto económico

- Aumento de los ingresos: mayor y más estables menor vulnerabilidad frente a la fluctuación de los precios básicos en los mercados internacionales.
- Mejor conocimiento del mercado: acceso a nuevos mercados.
- Acceso a servicios financieros: mayor capacidad para financiamiento.
- Innovación y nuevas actividades complementarias generadoras de ingresos: desarrollo de actividades de transformación alimentaria, turismo, mejora de herramientas de producción.

b. Impactos sociales

- Servicios sociales: infraestructuras en escolares y de salud.
- Desarrollo local: financiamiento de proyectos comunitarios.

c. Impactos ambientales

- Apoyo técnico: formación de los trabajadores en técnicas de producción sostenible.
- Gestión de recursos naturales: cuidar el agua, tierra y la biodiversidad

d. Impactos organizacionales y políticos

- Refuerzo de actitudes y competencias: aumento de la calidad de los productos.
- Redes institucionales: diálogos con los poderes públicos para el apoyo del sector.
- Legitimidad: reconocimiento social por parte de los poderes públicos y otros actores.
- Gobernanza: funcionamiento democrático para la transparencia del comercio justo. (pp. 45- 46)

2.2.3.1 Importancia del comercio justo en la sociedad

La comercialización de producto entre individuos sin tener un precio estable conlleva al caos por no tener un control en los precios de los productos, todo esto llevó a buscar otras alternativas para controlar los precios, debido a todas las problemáticas en el comercio aparece el comercio justo en la sociedad convirtiéndose en una actividad fundamental e importante debido al desarrollo y aun comercio sostenible y justo, que conlleva a buscar bienestar y pagar un precio justo a los productores por ello:

El objetivo del Comercio Justo es trabajar con productores económicamente desfavorecidos, que se encuentran en países en vías de desarrollo y no pueden vender sus productos en los canales comerciales convencionales porque, al ser pequeños productores, no ofrecen un producto atractivo y, sobre todo, porque no pueden competir con los precios de los productos agrícolas occidentales. (Salvá, 2005, p.16)

Cuando se habla de comercio justo no solo se centra en la forma de pago justo por adquirir un producto sino va más allá de los precios, debido que esta actividad es fundamental para la creación de oportunidades en los campesinos agrícolas de esa manera contribuye a aliviar la pobreza en un porcentaje pequeño. Por otro lado esta actividad se centra en crear oportunidades de trabajo para los comerciantes que se encuentren en situaciones de desventaja económica, a más de eso se centra en trabajar de forma justa y transparente por la sociedad. El comercio justo interviene al momento de compra y venta de productos de esa manera beneficiando al consumidor y vendedor.

2.2.3.2 Comercio justo local

De esta manera el autor Marcillo (s.f) menciona que los principios del comercio justo se han implementado en todo los productores a nivel mundial y presentan varias formas de comercialización para bienes y servicios. La comercialización de productos en el campo y las ciudades conforman la comercialización comunitaria, integrada por diferentes actividades de producción mediante la práctica de un mercado equitativo, eficiente, orgánico y solidario, también

capacitación técnica de productores, formación ética y organización de productores y consumidores. El consumo responsable y la economía justa contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas y familias en la sociedad. (pp. 32 -33)

2.2.4 Criterios del Comercio Justo

El comercio justo, es injusto con los agricultores debidos que no existen precios regulados para la venta de los productos, los agricultores cultivan sus tierras con mucho sacrificio con la finalidad de obtener ganancias rentables por sus productos pero al momento de sus comercialización no existe comercio justo las personas o intermediarios que compran los productos pagan precios injusto y eso conlleva a tener ganancias para un pequeño grupo de comerciantes y perdida para muchos, por ello se considera que:

El comercio justo no es una ayuda es una actividad que tienen en cuenta formas de producción y comercialización con el consumo responsable. Desde una primera visión se entiende simplemente como el mayor precio internacional que se paga por un bien elaborado por un grupo o colectivo que reconoce la responsabilidad y evita consumos desde procesos que utiliza población vulnerable con precariedades sociales y económicas. (Infante, 2012, p. 125)

Las necesidades que tienen los agricultores campesinos obligan a vender los productos a precios injustos, la venta de los productos a precios bajos afecta de forma directa al propietario debido a que no obtiene ganancias por sus productos. A pesar de las dificultades muchos agricultores aún mantienen trabajando sus tierras debido a que se ha convertido en el sustento de toda la familia, la agricultura campesina mueve la economía de un país. Por otro lado alimenta a las personas que viven en la ciudad, aun así son mal remunerados por su trabajo que en ocasiones lleva a la pobreza extrema.

2.2.5 Sujetos del comercio justo

Según el documento de práctica documental y administrativa (s.f) se denomina comerciante a toda persona que ejerce normalmente una actividad comercial. De igual forma, se considera con este concepto al dueño del negocio. Por otro lado, a los que hacen negocios se les llama mercantilistas. En este sentido, es posible distinguir entre las personas que participan ocasionalmente en el procedimiento de negociación y las que participan constantemente en el mismo. Las personas que mencionamos primero son comerciantes ocasionales y el resto son comerciantes. Los sujetos que forman parte del comercio pueden ser personas físicas como morales. (p.2)

2.2.6 Definición del campesinado

Históricamente la población campesina ha sido marginada, especialmente en el Ecuador se ha evidenciado abusos, maltratos ocasionado por los jefes o dueños de las tierras por ello que muchos líderes campesino han luchado incansablemente, con la finalidad de obtener derechos que ayuden a mejorar las condiciones de vida en el campo. Es por ello que se entiende al campesino como un “sujeto intercultural que identifica como tal, involucrando vitalmente en el trabajo directo con la tierra y naturaleza, inmerso en formas de organización social basadas en trabajo familiar y comunitario no remunerado o en la venta de su esfuerzo de trabajo” (Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2018, p. 19) además el campesino interviene de manera directa en la agricultura y genera diversas actividades de trabajo que conlleva al beneficio propio y de la sociedad.

Según la vía campesina (2009) manifiesta que el campesino es un hombre o una mujer que está relacionado con la tierra y la naturaleza, para la producción de productos y alimentos agrícolas. Los campesinos trabajan la tierra por cuenta propia y eso conlleva a integrar a la familia en actividades de trabajo, el término de la palabra campesino puede aplicarse a cualquier persona que están relacionadas a la: agricultura, ganadería, artesanía etc. Además se puede aplicar el término de campesino a personas que no cuentan con una propiedad propia en el entorno y en la sociedad (pp. 7- 8).

2.2.7 Evolución de la economía indígena campesina

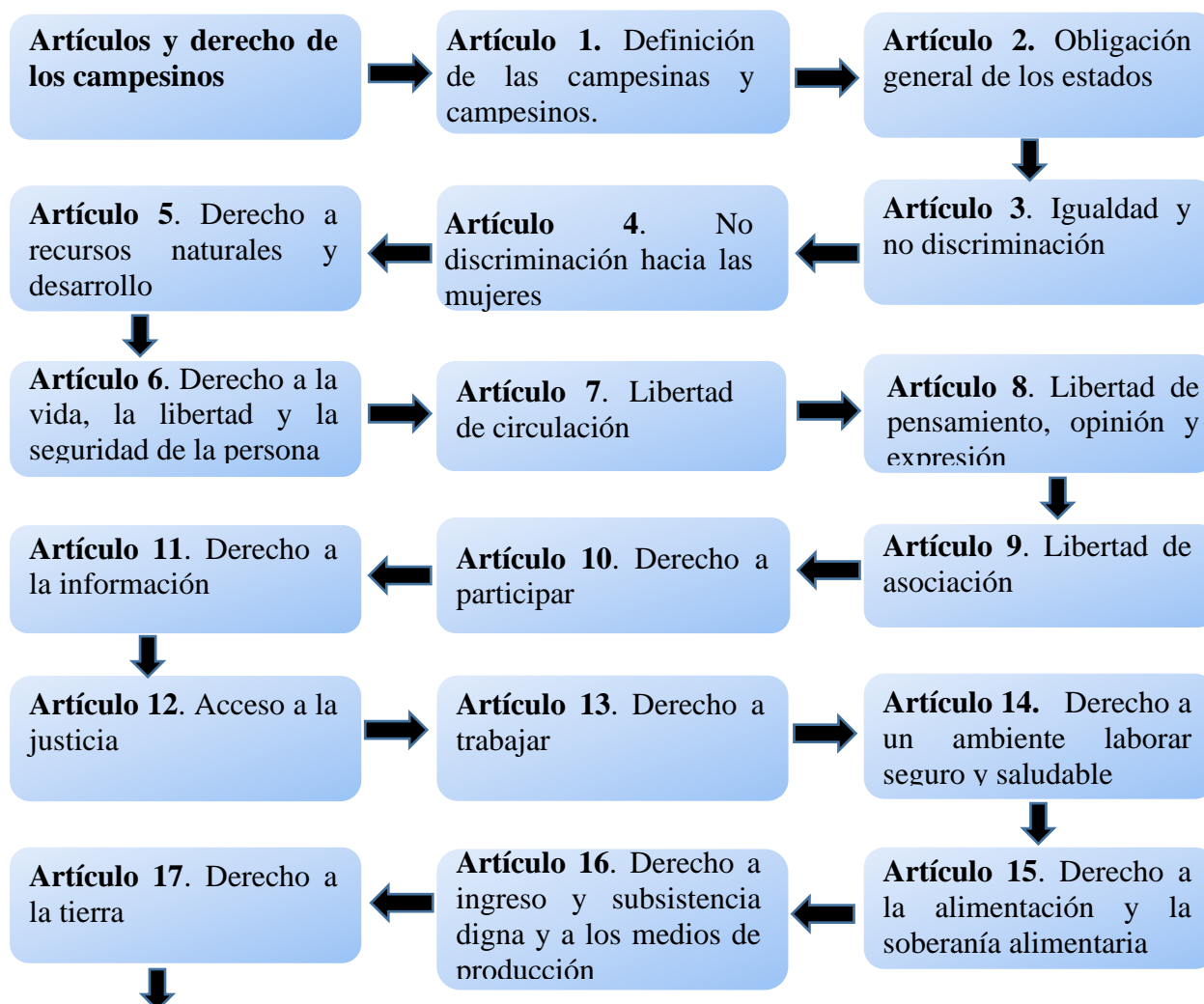
La economía campesina hace referencia a los trabajos que realizar los agricultores en conjuntos de grupos sociales o en familia que dividen sus tareas entre los miembros que tienen experiencia en la agricultura que se necesita “la utilización intensiva de la mano de obra en las actividades agropecuarias, hace necesario preguntarse sobre el papel de la eventual "remuneración" por el desgaste energético del agricultor- campesino”. (Vélez, 216, p. 3). Con la finalidad de obtener ingresos económicos que ayuden a cubrir sus necesidades.

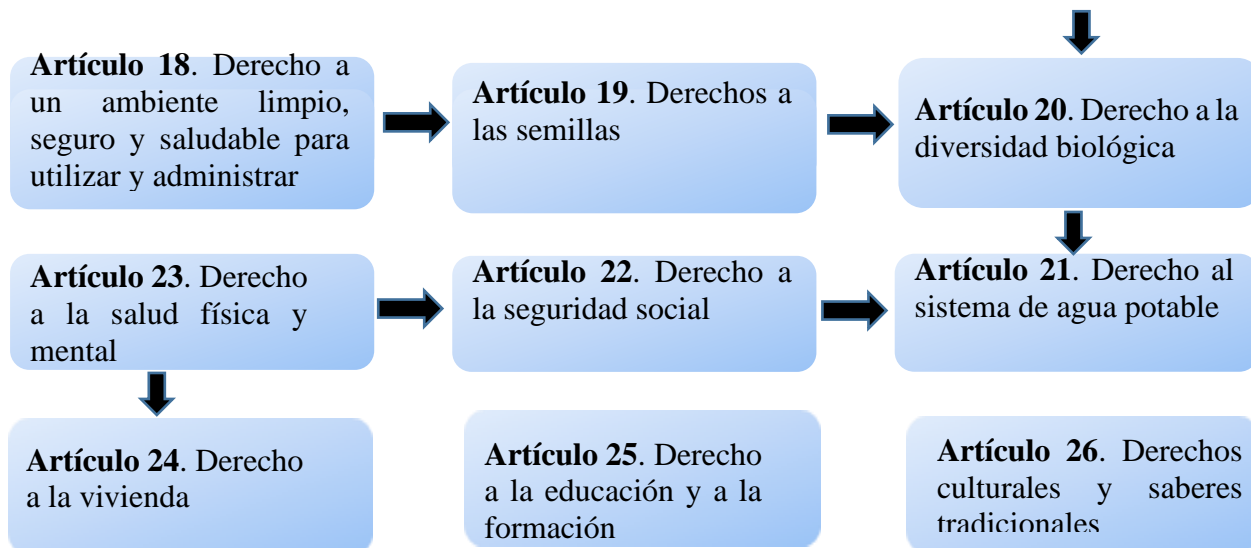
De acuerdo con Shejtman (1980) menciona que el concepto de economía campesina comprende el campo de la actividad agropecuaria nacional en el que el proceso de producción se desarrolla por unidades familiares con el fin de asegurar la reproducción de sus condiciones de vida y trabajo, si así lo desean, reproducir el producto y la unidad de producción. (p. 123). La actividad económica campesina es un conjunto de mano de obra grupal donde intervienen

familiares, amigos, vecinos que aportan con sus conocimientos y fuerza de trabajo para facilitar la siembra de los productos.

2.2.7.1 Derechos de los campesinos en zonas rurales

A nivel mundial los campesinos sufren discriminación, violencias psicológicas, físicas y económicas simplemente por vivir en el campo y cultivar las tierras, tales problemas se ha mantenido por años. La vía campesina (2020) menciona que la lucha constante de los campesinos ha influido para que en el año 2018 la asamblea general de la ONU aprobó la declaración sobre los derechos de los campesinos que tienen que ver con la vida y la necesidad de los campesinos con la declaración empieza un nuevo ciclo de luchas para lograr que los derechos se apliquen en beneficio de los campesinos y campesinas, a continuación las siguientes declaraciones y derechos de los campesinos:





Nota: La vía campesina, 2020, págs. 7, 64

2.2.7.2 Características del campesino en la sociedad

Para una mejor comprensión sobre el campesinado en la sociedad, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2018 propone cuatro dimensiones.

Dimensión territorial. Hace referencia a la ubicación de los campesinos, la mayoría se encuentran en las zonas rurales conformados de hombres, mujeres, ancianos y niños quienes la mayor parte del tiempo labran la tierra con la finalidad de obtener productos e ingresos económicos. Aquella dimensión está relacionada con tendencia y usos de tierras, relaciones con el medio ambiente y recursos naturales, relaciones urbano-rurales, conflicto interno y desplazamiento forzado.

Dimensión cultural. Se basa en las prácticas de las tradiciones propias de identificación de un territorio de manera colectiva y se transmiten de generación en generación. Se relacionan con la diversidad cultural del campesinado, diversidad social del campesinado, formas de reproducción cultural campesinas, identidad campesina, concepciones y conocimiento campesinos. Son dinámicas, cambian con el tiempo en la vida cotidiana de las comunidades se reproducen nuevas ideologías, escenarios de cohesión social y gestión comunitaria de conflictos.

Dimensión productiva. Hace referencia a las actividades agropecuarias generadas por el campesino que trabaja en el campo con la finalidad de obtener productos que le permitan mejorar su calidad de vida. La dimensión productiva plantea ejes para la producción por medio del:

autoconsumo y la participación en el mercado, inserción en el mercado laboral, relación del trabajo campesino, trabajo no remunerado.

Dimensión organizativa. Las comunidades campesinas constituyen redes de relaciones familiares y extra familiares centradas en relaciones sociales para asegurar su supervivencia en la sociedad. Esta dimensión está conformada de ejes que relaciona a la familia campesina, mujeres campesinas, las organizaciones sociales, participación y autonomía. Los territorios campesinos crean vínculos sociales, culturales, económicos y políticos que generan bienes y servicios en el territorio (págs. 19,32).

Las dimensiones generan categorías social en las comunidades, con la finalidad de incluir a todas las personas, sin importar edad, sexo y género esta integración ha llevado a obtener resultados positivos en las actividades productivas y económicas. Además proporcionan interacciones en los espacios urbanos y rurales por medio del trabajo que es la actividad principal de los campesinos para la sobrevivencia, la falta de intervención de instituciones públicas y privadas en el sector agrícola ha generado el aumento de pobreza, migración del campo a la ciudad. En la actualidad el movimiento campesino nacional ha buscado diálogos con el gobierno para lograr resolver problemas y necesidades de la población campesina y rural en el país.

2.2.8 Importancia de la economía campesina en el hombre

La economía campesina hace hincapié a las actividades agrícolas realizadas por el ser humano, donde las unidades de procesos productivos son desarrollados en conjunto familiar con el objetivo de poder asegurar cada ciclo la producción y con ello mejorar las condiciones de vida y de trabajo convirtiendo de esa manera en “una célula de producción y de consumo constituida por la unidad orgánica de fuerza de trabajo y medios de producción”. (Bartra, 1982, citado Santacoloma, 2015, p.40). La economía campesina abarca diferentes actividades de trabajo mediante la intervención de mano de obra del agricultor, generando de esta manera la economía en la sociedad.

Los agricultores desde tiempos remotos hasta la actualidad han tenido que acogerse a la economía de subsistencia, en otras palabras toda persona está ligada a la economía de subsistencia, los campesinos labran sus tierras, siembran sus productos con la finalidad de obtener productos de calidad para llevar al mercado donde puede intercambiar o vender, al momento que realiza estas actividades interviene la economía de subsistencia que obliga a vender sus productos a cualquier

precios. Con los precios o pagos que obtienen las personas pueden cubrir parte de sus necesidades básicas y de esa manera pueden sobrevivir en la sociedad.

2.2.8 Tipos de economía

La economía es considerada como el área de producción, distribución, intercambio de bienes y servicio en las actividades comerciales por medio de las familias, empresas y gobierno que intervienen de diferente manera en el proceso de producción. Las diferentes actividades de producción conllevan a la existencia de diferentes tipos de economía.

2.2.8.1 Economía solidaria

Este tipo de economía ha generado intercambios en sector productivo, sistema socioeconómico, cultural y ambiental mediante trabajos individuales o colectivos de personas, basado en las prácticas justas para el desarrollo económico solidario de tal manera se considera que la:

La economía solidaria es una forma directa de producir, vender, comprar e intercambiar lo que es necesario para vivir. Sin explotar a nadie, sin querer llevar ventaja, sin destruir el medio ambiente. Cooperando, fortaleciendo el grupo, sin patrón ni empleado, cada uno pensando en el bien de todos y no en su propio bien. (Guerra, 2010, p. 68)

Así mismo, la economía solidaria se centra en buscar métodos diferentes para hacer economía sin afectar a nadie en la sociedad. Además hace énfasis en el trabajo conjunto para generar desarrollo productivo en diferente actividad socioeconómicas formales e informales, individuales o colectivas, generando la satisfacción de las necesidades de las personas sin preferencia alguna. Por lo tanto, la economía solidaria es independiente a los poderes públicos, funcionan por medio de valores como la equidad, la sostenibilidad, la solidaridad, la inclusión, la participación y el compromiso de las comunidades.

2.2.8.2 Economía social

Se refiere al conjunto de actividades económicas y empresariales públicas o privadas, con el objetivo de obtener beneficios económicos y sociales de sus socios o de la comunidad en la que trabajan, donde Monzón (2013) define como el:

Conjunto de empresas privadas organizadas formalmente, con autonomía de decisión y libertad de adhesión, creada para satisfacer necesidades de sus socios a través del mercado, produciendo bienes y servicios, asegurado o financiado y en las que la eventual distribución entre los socios de beneficios o excedentes así como la toma de decisiones, no están ligados directamente con el capital o cotizaciones aportados por cada socios,

correspondiendo un voto a cada uno de ellos. La economía social también agrupa a aquellas entidades privadas organizadas formalmente con autonomía de decisión y libertad de adhesión que producen servicios de no mercado a favor de las familias, cuyos excedentes, si los hubiera, no pueden ser apropiados por los agentes económicos que lo crean, controlan o financian. (p.155)

La economía social relaciona a personas que están vinculadas en diferentes actividades económicas, con la finalidad de satisfacer necesidades de los individuos mediante el mercado. La distribución de bienes y servicio generan rentabilidad a los socios debido a la relación directa con el capital económico, que interviene para la creación de otros negocios mediante la financiación, además promueve la libertad de formar diferentes organizaciones. Por otra parte, enlaza a las entidades privadas para el fortalecimiento económico mediante la actividad social.

2.2.9 Economía campesina desde la perspectiva marxista

La economía campesina hace referencias al campo donde surge la producción agrícola por medio de la intervención del hombre que realiza diferentes actividad en el campo con la finalidad de producir el campo, de tal manera que:

El campesinado ocupaba un lugar ambiguo en el escenario de las luchas de clases por cuanto en un mismo grupo social se combinaban las dos categorías básicas de la sociedad capitalista, la burguesía y el proletariado, ya que como propietario de los medios de producción es un capitalista, y como trabajador su propio asalariado. (Max, 1852. citado por Rincón, 2018, p. 389)

En campesino siempre estará presente en la sociedad por su trabajo que realiza día a día para salía a delante, el sistema capitalista se ha convertido en un factor negativo perjudicando y esclavizando aún más en el ámbito laborar, en tiempos atrás la fuerza del campesino movía la economía beneficiando a los jefes o propietarios. En la actualidad el sistema capitalista ha llevado a muchos campesinos a sumergirse en la pobreza debido a que la mano de obra es reemplazada por máquinas para hacer trabajos en menor tiempo.

2.3 Marco legal e Institucional

Desde su creación la constitución de la república del Ecuador es considerada como la máxima ley en el país, donde se encuentran plasmados los deberes y derechos de todos los ciudadanos y ciudadanas que viven en el país. En el año 2007 con el presidente Rafael Correa, la constitución tiene nuevas modificaciones a nivel político, social, económico, ambiental. La nueva constitución ecuatoriana creó un marco legal innovador en regulación a la institucionalidad para incrementar el

comercio justo con la finalidad de fortalecer la planificación, regulación y control de los productos en el mercado.

La Constitución Política de la República del Ecuador (2008) detalla en el título VI del régimen del desarrollo la existencia de varios artículos relacionados al comercio justo para el mejoramiento de la economía de los productores.

Art. 276.- Objetivos del régimen de desarrollo, numeral 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 281.- La soberanía alimentaria contribuye un objetivo estratégico y una obligación del estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce a ser humano como sujeto y fin; propende a un relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Art. 284.- Objetivo de la política económica, numeral 8. Proporcionar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes, numeral 9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Art. 304.- Objetivos de la política comercial, numeral 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

Art. 306.- El estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencias de aquellas que generan mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

Art. 336.- El estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la

competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante la ley (págs. 89, 105).

Además de los artículos principales mencionados existen leyes secundarias que se relacionan con el comercio justo en el Ecuador, con el objetivo de fortalecer las actividades productivas del campesino son: La ley orgánica de Economía Popular y Solidaria aprobada en abril del 2011. El Código Orgánico de la Producción, Comercios e Inversiones, expedido en noviembre del 2010 y el Código orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización, aprobado en agosto del 2010. La ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2008) menciona en el título I del ámbito, objetivos y principios, en su definición.

Art. 1.- Para efectos de la presente ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambios, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basados en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación del capital. (p.2)

Ley orgánica de economía popular y solidaria es una actividad económica generada por el hombre mediante las diferentes actividades que realiza día a día, con la finalidad obtener ingresos y rentabilidad económicos. Además ampara a las actividades del comercio justo mediante la organización que genera lazos de unión, amistad en las diferentes actividades de trabajo, así mismo beneficia de forma directa al campesino.

Art. 133.- Gobiernos Autónomos Descentralizados.- Los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva Ley, incluirán en su planificación y presupuestos anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo para el fomento y fortalecimiento de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, e impulsarán acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales y mercados u otros. (p.29)

En el **Art, 133** los gobiernos autónomos descentralizados serán quienes ejerzan el mando para fomentar la economía popular y solidaria mediante planificación de los técnicos, en el campo. Los gobiernos descentralizados apuestan a las infraestructuras con la finalidad que las personas tengan

lugares adecuados para vender sus productos de esa manera fortalecer las actividades comerciantes en cada provincia.

El Código Orgánico de la Producción, Comercios e Inversiones. Abarca artículos relacionados a la producción que existen en cada provincia del Ecuador, por ello es necesario que todas las personas y organizaciones tengan presente las normas jurídicas sobre el comercio y la inversión que existen en el país para garantizar la producción nacional y fortalecer las inversiones nacionales y extranjeras mediante el comercio. De esta manera el Código Orgánico de la Producción, Comercios e Inversiones (2013) manifiesta en el título preliminar de los objetivos y ámbitos de aplicación.

Art. 1.- **Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarca en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente. (p.4)

La producción, comercialización e inversión en el Ecuador está respaldado por el código orgánico de la producción donde cualquier persona que realice actividades productivas debe regirse a las normas jurídicas del país con la finalidad que todos los actores obtengan beneficios en sus actividades productivas además la economía popular y solidaria genera desarrollo en el país. A partir del art. 1, el estado promoverá actividades productivas para mejorar la producción de bienes y servicios en el Ecuador.

Art. 4. - El estado tiene varios fines enfocados en mejorar las actividades productivas del país, por ello en el Literal S. Menciona que” Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente” (p.5), de esa manera tener un control justo en todo los mercado del Ecuador y además que todo los ciudadanos acojan al comercio justo de esa manera tener una economía transparente.

En el código Orgánico de la producción comercio e inversión, capítulo I del rol del estado en el desarrollo productivo menciona a todas las personas que hacen economía de diversas manera que ayuda a generar ingresos económicos, el pago justo por sus productos beneficia a las personas de bajos recursos económicos.

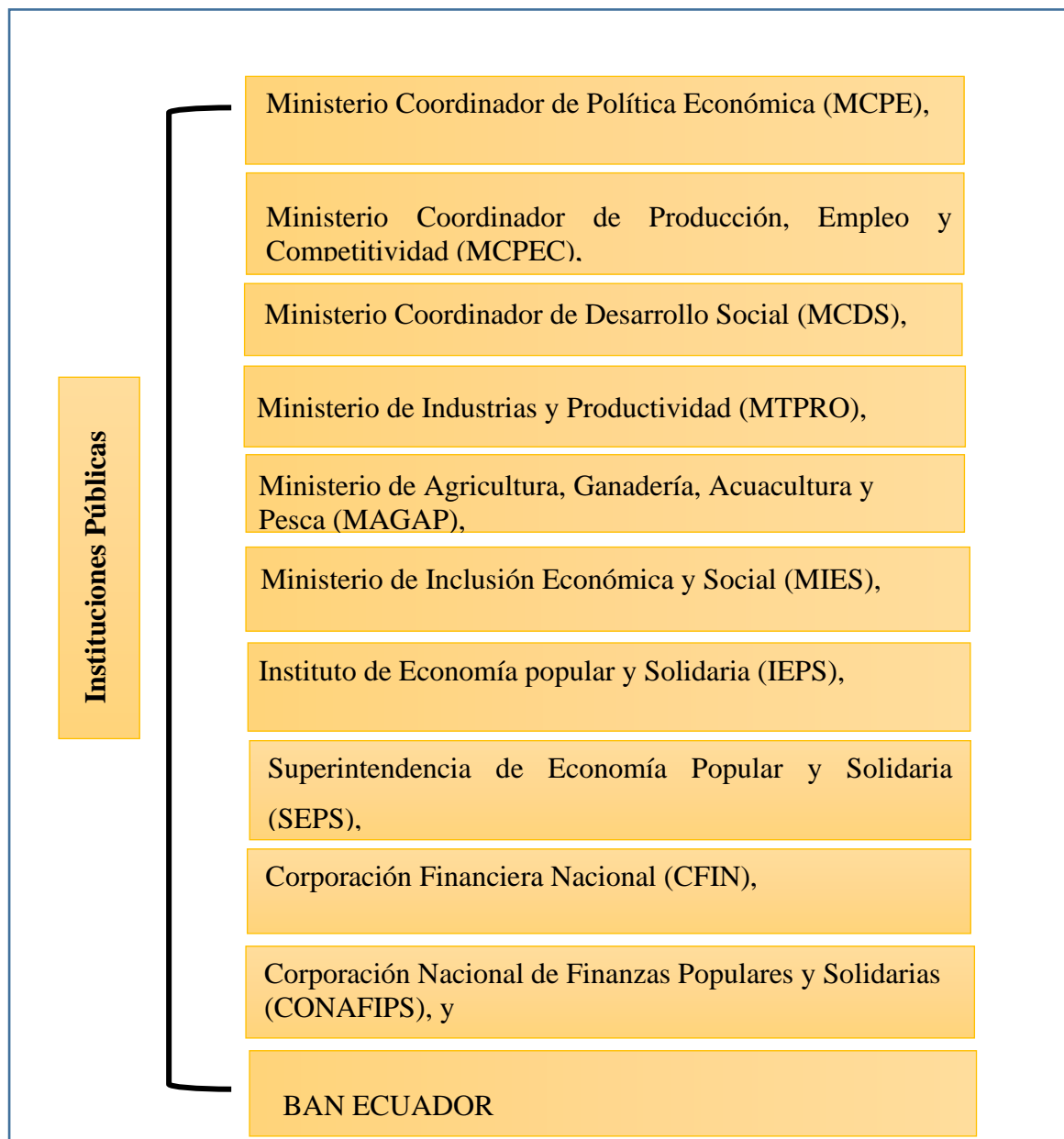
Art. 5.- Literal E. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo. (p.6)

En el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización. Hace referencia a los gobiernos autónomos descentralizados de fomentar la economía popular y solidaria en todas las actividades de trabajo. Tiene una relación similar con la ley orgánica de economía popular y solidaria.

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto: a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado; b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay; c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario; d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y, e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento. (pp. 3-4)

La Estrategia ecuatoriana de comercio justo en el Ecuador. Está conformada por varias instituciones del estado que están relacionadas con el comercio justo, es por eso todas las políticas se centran en la estrategia ecuatoriana mediante políticas económicas, comerciales y sociales para promover un comercio justo, responsable y solidario que ayude a la economía del país. Estrategia ecuatoriana de comercio justo (2017) describe en sus artículos al comercio justo como una actividad política del estado, haciendo referencia al:

Art. 2.- Se crea el Comité Interinstitucional de Fomento del Comercio Justo en el Ecuador, cuyo objeto será el de coordinar y realizar el seguimiento a la implementación de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, por la importancia de su participación en el desarrollo del Comercio Justo en el país, el mismo que será integrado por:



Nota: La Estrategia ecuatoriana de comercio justo en el Ecuador, 2017, pp. 2-3

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.1 Método de investigación

En la presente investigación se consideró adecuado el empleo del método mixto. Debido a que la metodología mixta permite al investigador recoger información necesaria por medio de los dos métodos, cuantitativos y cualitativos

Método cuantitativo, “se utiliza para analizar el objeto de estudio desde un punto de vista numérico o estadístico. Este método puede trabajar con encuestas, cuestionarios, entrevistas, análisis de laboratorio, parcelas de investigación, etc.” (Ayala, 2021). Por medio de una recopilación de datos permite analizar de manera estadística toda información relevante sobre el tema investigado.

El método cualitativo, se basa más en “la observación y el contacto con el objeto de estudio, que con recaudación de datos numéricos, son más frecuentes en el campo de ciencias y estudios sociales, herramientas frecuentes en el trabajo de campo, entrevistas, encuestas y revisión de material documental”. (Ayala, 2021). En mi proyecto este método permite recoger información relacionada al comercio justo.

3.2. Tipo de investigación

Para esta investigación, se aplicó el tipo de investigación documental o bibliográfica la cual permite la recolección y revisión de material bibliográfico en distintas fuentes de información como son: artículos de revistas científicas, libros, sitios webs, tesis, etc. Relacionados con el tema de estudio, además este tipo de investigación es fundamental para el desarrollo de cualquier estudio investigativo. (Matos, s.f., p.1)

Investigación de campo. Es un método que “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna” (Arias, 1999, p.21). En otras palabras la investigación de campo es aquella en la que los datos se recolectan o provienen directamente de los sujetos investigados permitiendo conocer datos reales mediante la observación, encuesta e historia de vida.

3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Encuestas

En la presente investigación se realizaron encuestas físicas con la finalidad de obtener información y de esa manera conocer si los comerciantes aplican el comercio justo a los compradores o clientes a la hora de vender sus productos. La encuesta “es una herramienta que se lleva a cabo mediante un instrumento llamado cuestionario, está direccionado solamente a personas y proporciona información sobre sus opiniones, comportamiento o percepciones”. (Arias, 2020.p. 18). Las encuestas en una investigación es importante debido a que contiene preguntas estructuradas que permiten recolectar información pertinente y adecuada para el desarrollo de la investigación.

Instrumento

El instrumento de recolección de datos es importante para el investigador ya que ayuda conocer los fenómenos de estudio y extraer información importante. Para la encuesta se utilizaron preguntas cerradas, con opciones de selección, con la finalidad de obtener información relevante y necesaria para la investigación.

3.4 Criterio de inclusión y criterio de exclusión

Para establecer los criterios de inclusión y exclusión, se partió con base en las características que poseen los comerciantes que están registrados en el mercado, sin importa de género, una edad de 12 a 75 años, todos los integrantes trabajan para servir a la ciudadanía de la parroquia Guanujo y sus comunidades. Mientras que dentro del criterio de exclusión se encuentran: comerciantes que no están registrados en el mercado esto en ocasiones causa conflictos con los demás comerciantes.

3.5 Población y muestra

La presente investigación está dirigida a la población de comerciantes del mercado municipal de Guanujo, que están formado por 115 comerciantes, siendo la población principal para la investigación donde se aplica la siguiente fórmula, con un 95% de probabilidad y con un error de 0.05%. De esta forma se obtiene como muestra 89 comerciantes integrados por hombres, mujeres y adolescentes. Para calcular el tamaño de la muestra de una población utilizamos la siguiente fórmula.

Muestra

$$n = \frac{NZ^2 PQ}{(N-1)A^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = 115$$

$$\text{Nivel de significación} = 5\% = 0.05\%$$

$$\text{Nivel de confianza} = 1 - 0.05\% = 95\%$$

$$Z = 1.96$$

$$n = \frac{115 (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(115-1) 0.05^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = \frac{110.446}{1.2454}$$

$$n = 88.69 \approx 89 \text{ Comerciantes del mercado Guanajuato.}$$

3.6 Localización geográfica de estudio

El mercado municipal del Guanujo se encuentra situado en la provincia de Bolívar, ciudad de Guaranda, parroquia Guanujo, dos cuadras de la vía Guaranda- Ambato, cerca de la unidad educativa Vicente Rocafuerte. La investigación se centró en los comerciantes que trabajan en el mercado de Guanujo.



Nota: Imagen captura de Google maps de la ubicación exacta del mercado municipal de Guanujo, 2023.

Capítulo IV: Resultados y discusión

4.1 Presentación de resultados

Los resultados obtenidos mediante encuestas realizadas a 89 comerciantes del mercado municipal de Guanajuato en el mes de diciembre de 2022 las cuales están divididas en dos categorías comercio justo y economía campesina, con la finalidad de conocer las nociones del comercio justo y economía campesina a través de un estudio socioeconómico de los comerciantes del mercado, las encuestas serán presentadas por medio de una tabulación y gráficos donde se verifique la totalidad de las preguntas y respuestas con sus porcentajes exactos las cuales, se presentan a continuación.

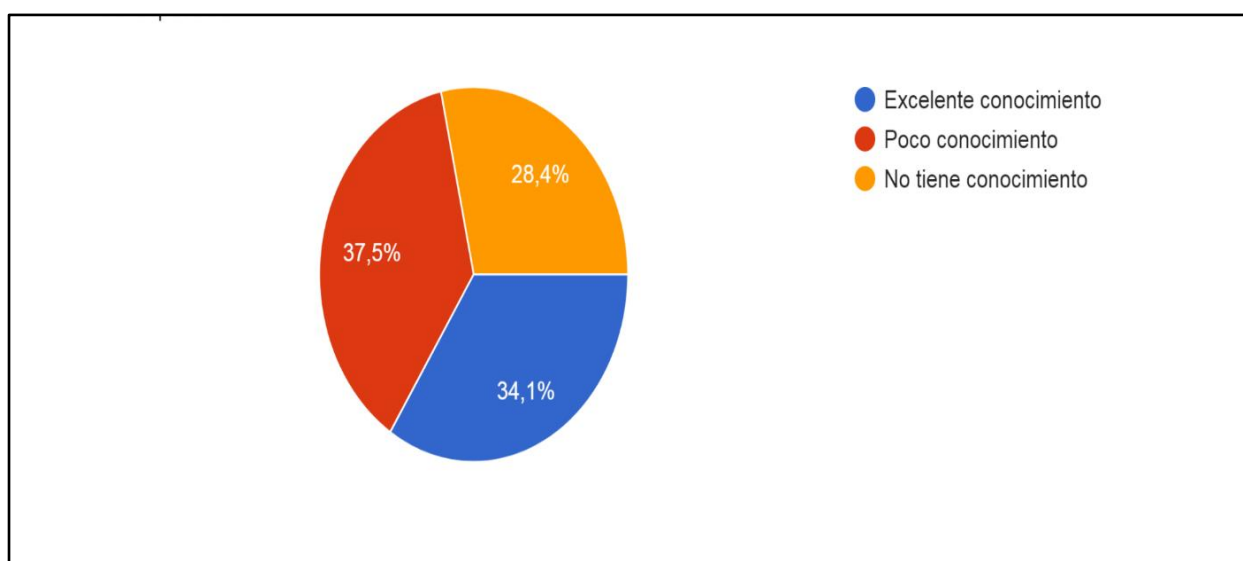
Pregunta. 1 ¿Tiene conocimiento usted sobre el concepto de comercio justo?

Tabla 4. Concepto de comercio justo

Opciones	Muestra	Porcentaje
Excelente conocimiento	30	34,1%
Poco conocimiento	34	37,5%
No tiene conocimiento	25	28,4%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 1. Concepto de comercio justo



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

En la encuesta realizada a los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato para determinar el conocimiento del concepto del comercio justo se puede observar que el 37,5% de comerciantes tienen poco conocimiento acerca del comercio justo convirtiéndose en un problema para el comprador, mientras que el 34,1% tienen un excelente conocimiento sobre el comercio justo tal conocimiento ha servido para implementar en su negocio y un 28,4% mencionan que no tienen conocimiento de lo que se trata el comercio justo, el desconocimiento que poseen no ha impedido continuar con su negocio en el mercado.

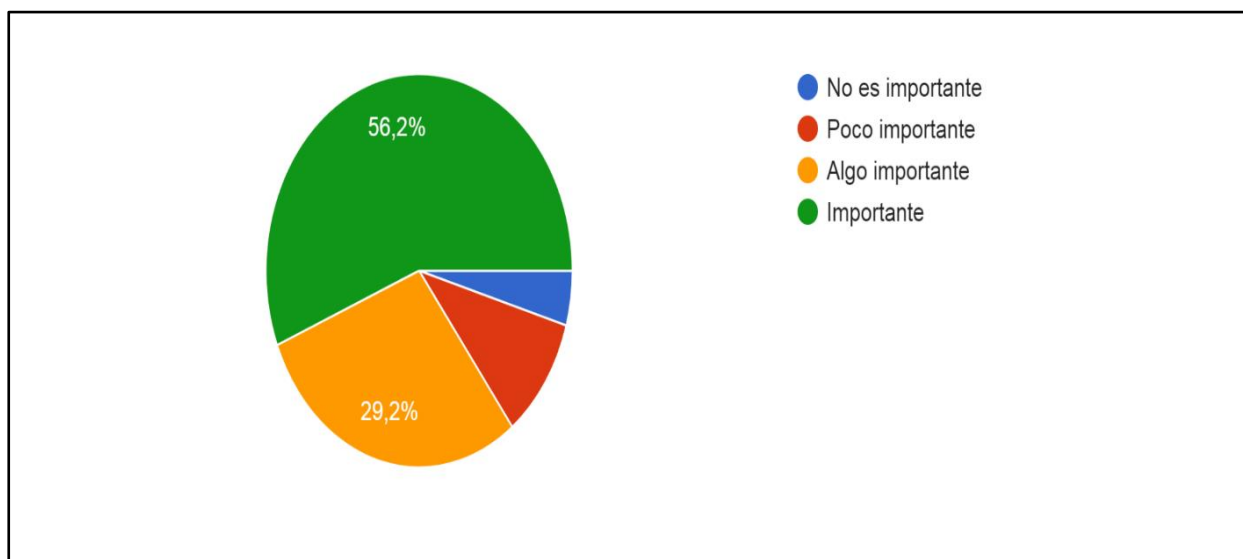
Pregunta 2 ¿Qué tan importante es conocer el concepto del comercio justo?

Tabla 5. Importancia del comercio justo

Opciones	Muestra	Porcentajes
No es importante	4	4,5%
Poco importante	9	10,1%
Algo importante	26	29,2%
Importante	50	56,2%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 2. Importancia del comercio justo



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

En el mercado municipal de Guanajuato existe desconocimiento sobre el concepto de comercio justo, por ello el 56,2% mencionan que es importante conocer el concepto del comercio justo para poder aplicar en el negocio y de esa manera tener y generar beneficios a los consumidores, mientras que el 29,2 de los comerciantes encuestados señalaron que es algo importante conocer el concepto de comercio justo debido a la poca información del tema, por ello el 10,1% de comerciantes manifiestan que es poco importante conocer el concepto de comercio justo, de tal manera que el 4,5% de los encuestados consideran que no es importante el concepto de comercio justo en el mercado debido a la falta de información sobre el tema.

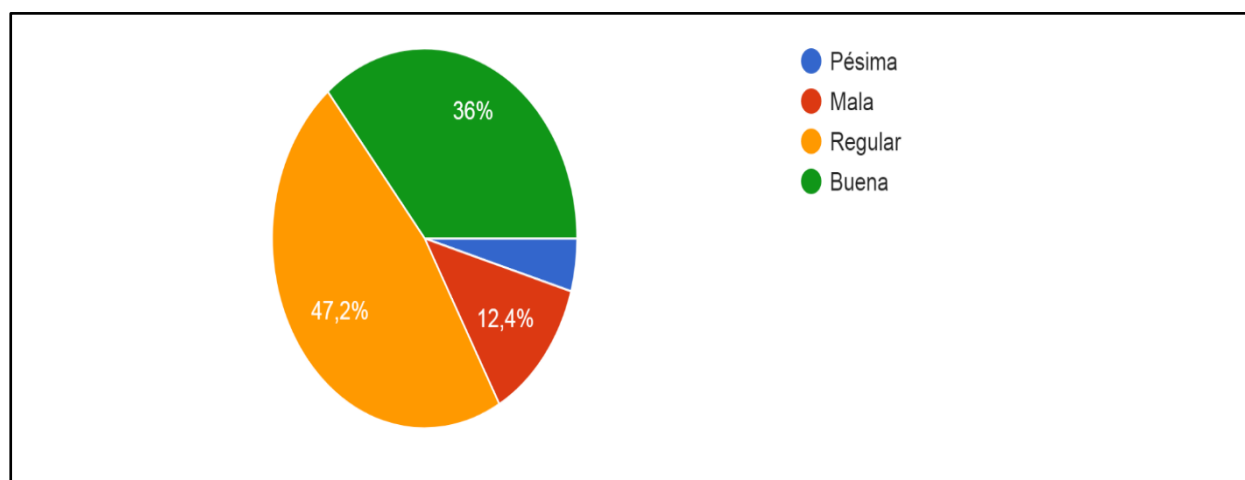
Pregunta 3. ¿Cómo considera usted la intervención del comercio justo en el mercado?

Tabla 6. Comercio justo en el mercado

Opciones	Muestra	Porcentajes
Pésima	4	4,5%
Mala	11	12,4%
Regular	42	47,2%
Buena	32	36%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 3. . Comercio justo en el mercado



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Los comerciantes del mercado municipal de Guanajuato expresan varias opciones sobre la intervención del comercio justo donde se puede constatar que el 36% de comerciante mencionan que la intervención del comercio justo en el mercado es buena por lo beneficio que tiene el comercio justo nacional e internacional, en cambio el 47% de personas encuestadas expresan que es regular la intervención del comercio justo por varios aspectos económicos, es por ello que el 12,4% afirman que la intervención del comercio justo es mala por lo beneficio que obtienen los comerciante y compradores, mientras el 4,5 expresan que es pésima la intervención del comercio justo en el mercado.

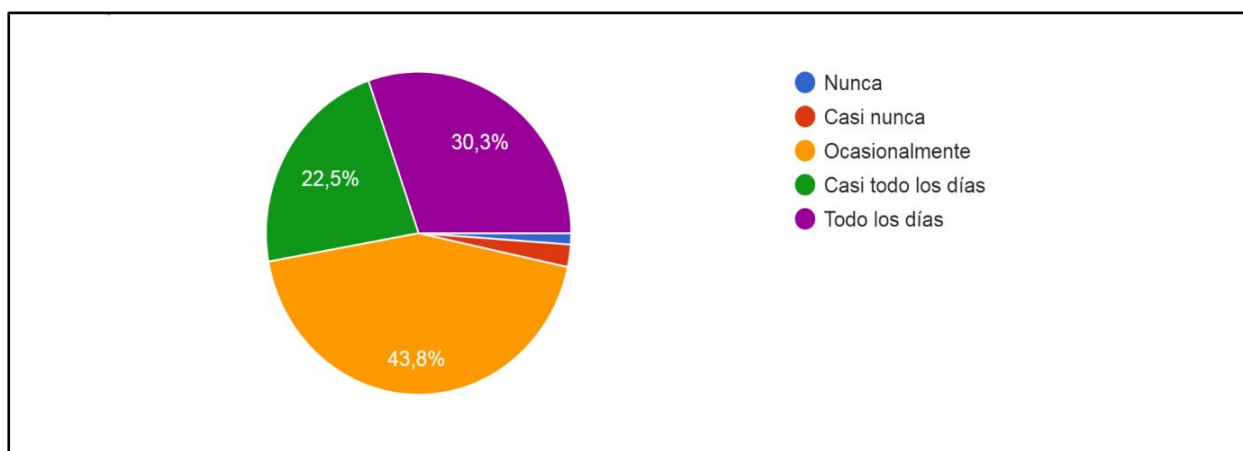
Pregunta 4. ¿Con que frecuencias practica el comercio justo?

Tabla 7. Practica el comercio justo

Opciones	Muestra	Porcentajes
Nunca	1	1,1%
Casi nunca	2	2,2%
Ocasionalmente	40	43,8%
Casi todo los días	20	22,5%
Todo los días	27	30, 3%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuo en el mes de diciembre del 2022

Figura 4. Practica el comercio justo



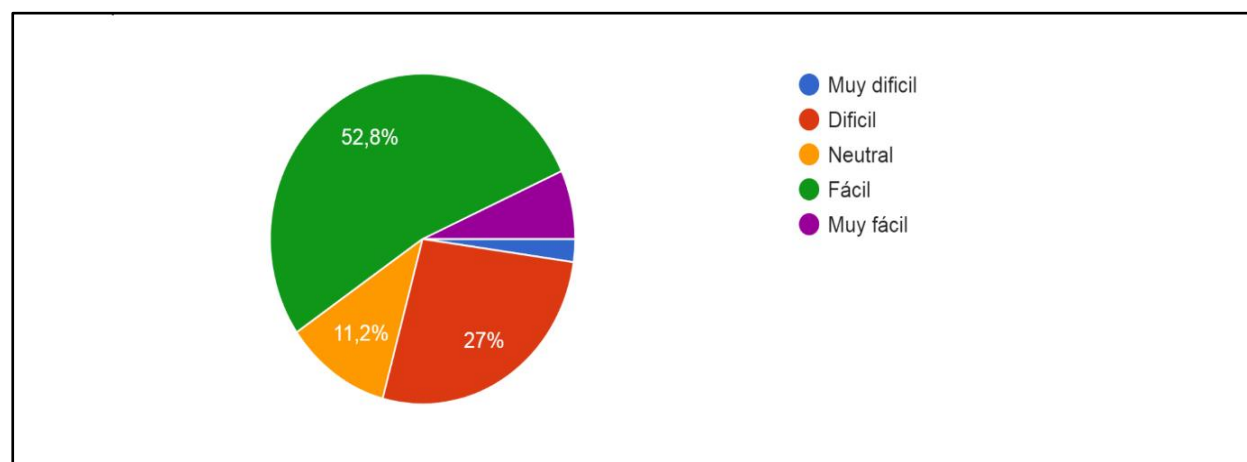
Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuo en el mes de diciembre del 2022

De acuerdo a los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas podemos conocer que el 43,8% de los comerciantes ocasionalmente practican el comercio justo en sus negocios debido al desconocimiento que tienen sobre el comercio justo, mientras que el 30,3% de encuestados afirman tienen buena venta por ello practican todo los días el comercio justo en su negocios y el mercado, por otro lado existen un grupo de 22,5% de comerciantes que afirman que sus ventas son regulares por ello casi todos los días practican todo los días el comercio justo, esta problemática ha llevado a un grupo de 2,2% de comerciante casi nunca practican el comercio justo esto no queda ahí ya que existe un pequeño grupo de 1,1% de encuestados nunca practican el comercio justo por motivos personales.

Pregunta 5 ¿Qué tan difícil es practicar el comercio justo en su negocio?**Tabla 8.** Comercio justo en su negocio

Opciones	Muestra	Porcentajes
Muy difícil	2	2,2%
Difícil	24	27%
Neutral	10	11,2%
Fácil	47	52,8%
Muy fácil	6	6,7%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 5. Comercio justo en su negocio

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

En el mercado municipal de Guanajuato el 52,8% de comerciantes considera que es fácil practicar el comercio justo en su negocio debido a los conocimientos que tienen sobre el comercio justo también existen comerciantes que no tienen conocimiento del tema, por ello el 27% de encuestados expresan que es difícil practicar o implementar el comercio justo en su diario vivir mientras el 11,2% mencionan que practicar el comercio justo en sus negocios es neutral por la permanencia pasiva que tiene el negocio, esto conlleva a dos opiniones donde el 6,7% de comerciantes afirman que es muy fácil implementar el comercio justo y el 2,2% expresa que es muy difícil implementar el comercio justo en su negocio.

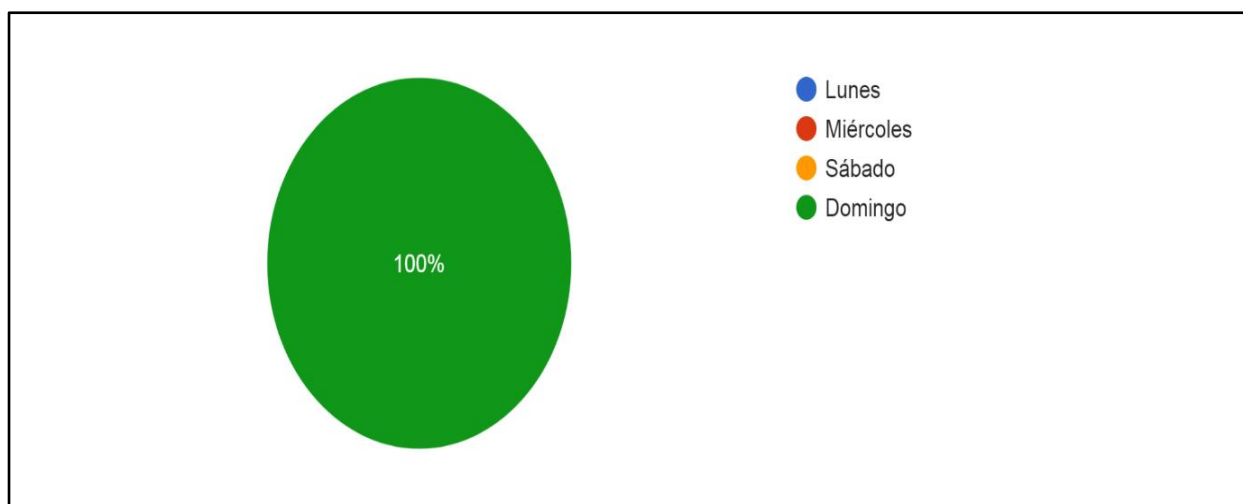
Pregunta 6 ¿Qué día vende sus productos en mercado de Guanujo?

Tabla 9. Mercado de Guanujo

Opciones	Muestra	Porcentajes
Lunes	0	0, %
Miércoles	0	0, %
Sábado	0	0, %
Domingo	89	100, %
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanujo en el mes de diciembre del 2022

Figura 6. Mercado de Guanujo



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanujo en el mes de diciembre del 2022

El mercado es un lugar adecuado para vender diferentes tipos de productos, además brinda facilidad a la ciudadanía al momento de comprar productos para satisfacer sus necesidades. En el Ecuador existen mercados que abren sus puertas a la ciudadanía todos los días de la semana en cambio en la provincia Bolívar en la parroquia Guanujo el mercado municipal funciona al 100% los domingos de cada semana. Esto conlleva a que las personas cercanas a la parroquia salgan a comprar los productos solo el día indicado.

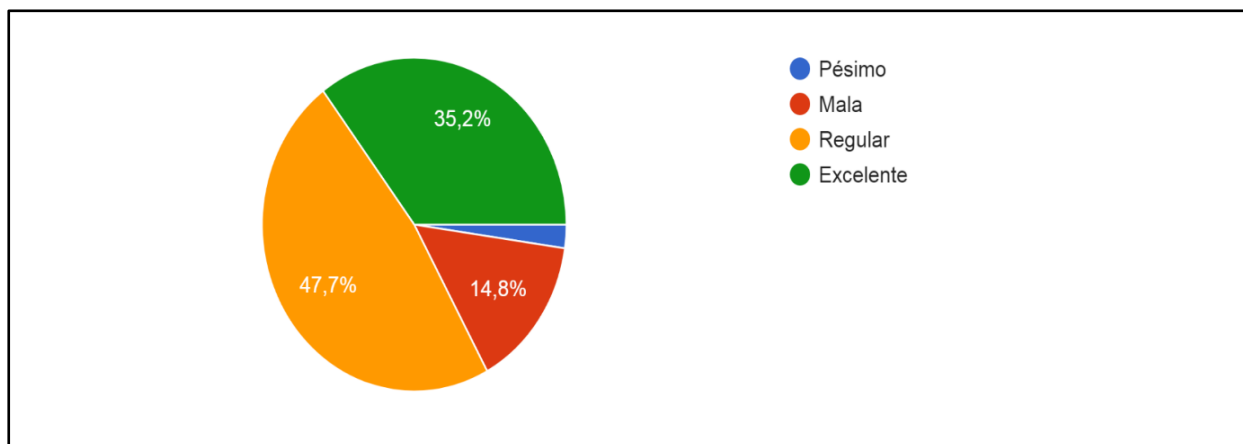
Pregunta 7. ¿Cómo considera la relación social que existe con los demás?

Tabla 10. Relación social

Opciones	Muestra	Porcentajes
Pésima	2	2,3%
Mala	14	14,8%
Regular	42	47,7%
Excelente	31	35,2%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanujo en el mes de diciembre del 2022

Figura 7. Relación social



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanujo en el mes de diciembre del 2022

En la sociedad siempre habrá dificultades en las relaciones sociales debido a que no se puede caer bien a todas las personas y el mercado de Guanujo no es la excepción ya que existe el 47,7% de encuestados que consideran que la relación social con los demás comerciantes es regular en el mercado mientras que el 35,2% de comerciantes no ven rivalidad a la hora de vender los productos llevando a tener excelente relación social con los demás aunque también existe el 14,8% de encuestados que mencionaron que tienen una mala relación con los demás comerciantes por la competencia que existe entre ellos, tal competencia ha influido de forma negativa a un grupo pequeño de 2,3% de comerciantes que afirmaron que la relación que tienen con los demás comerciantes en el mercado es pésima.

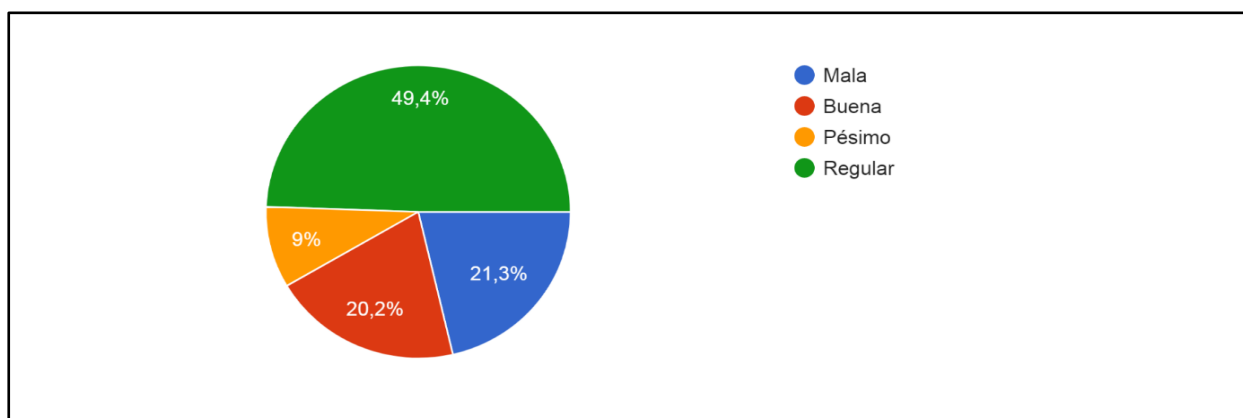
Pregunta 8. ¿Cómo califica usted sus ventas de los productos los fines de semana?

Tabla 11. Ventas de los productos los fines de semana

Opciones	Muestra	Porcentajes
Mala	19	21,3%
Buena	18	20,2%
Pésimo	8	9%
Regular	44	49,4%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 8 Ventas de los productos los fines de semana



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede conocer que el 49,4% de comerciantes califican regular las ventas los fines de semana, por lo que vende poco los productos que tiene a la venta, esto conlleva a que el 21,3% de encuestados mencionaron que la ventas de sus productos los domingos es mala debido a que existen poco compradores que acuden al mercado, también existe un grupo de 20,2% de comerciantes afirmaron sus ventas son buenas los fines de semana porque tiene clientes fijos que llegan hacer el gasto, no todo los comerciantes tienen la misma acogida es por ello que el 9% de encuestados expresaron que los fines de semana las ventas son pésimas porque venden poco y eso no les alcanza cubrir sus necesidades básicas.

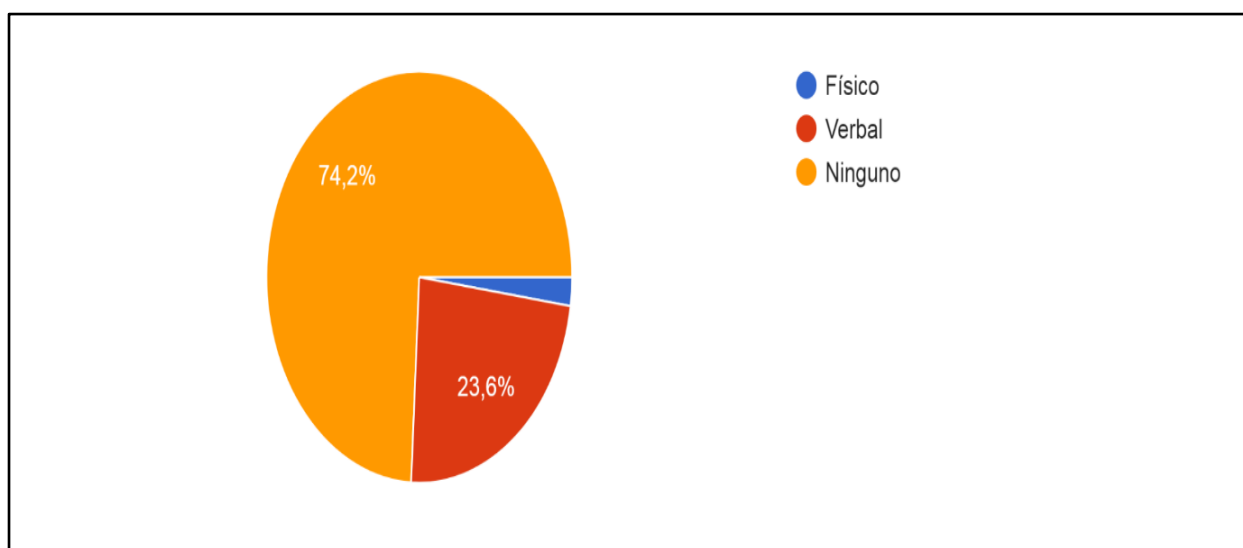
Pregunta 9 ¿Ha sufrido usted algún tipo de discriminación por realizar este tipo de trabajo?

Tabla 12. Tipo de discriminación

Opciones	Muestra	Porcentajes
Físico	2	2,2%
Verbal	21	23,6%
Ninguno	66	74,2%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 9. Tipo de discriminación



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

El mercado municipal de Guanajuato tiene buena acogida de la ciudadanía, eso ha llevado a que el 74,2% de comerciantes narraron que desde su inicio hasta hoy en día no ha sufrido ningún tipo de discriminación por vender en el mercado, mientras el 23,6% de los encuestados afirmaron que sí han sufrido discriminación verbal por parte de la ciudadanía que acude a hacer el gasto, al momento que se da el precio de un producto; los compradores expresan que está muy caro por ello se enojan e insultan verbalmente al vendedor, esto no queda ahí ya que el 2,2% de comerciantes señalaron que han sufrido discriminación física de los mismos comerciantes por la competencia que existe entre ellos, mientras la agresión física con los compradores se da porque algunos se quieren pasar de vivos al momento de comprar los productos.

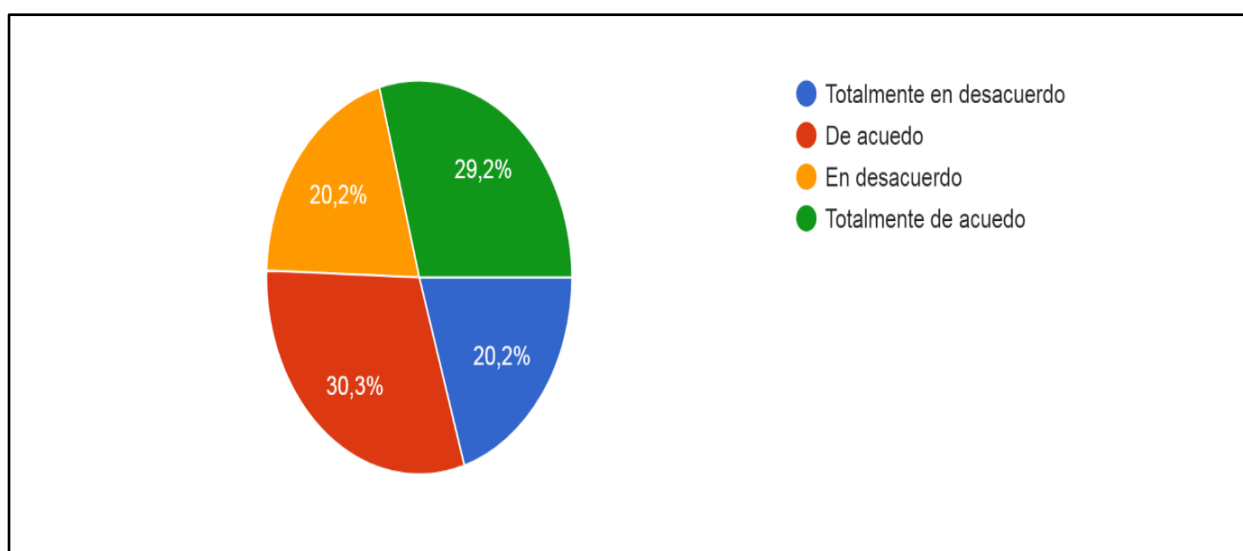
Pregunta 10 ¿Está de acuerdo que se prohíba la venta de productos a fuera del mercado?

Tabla 13. Venta de productos a fuera del mercado

Opciones	Muestra	Porcentajes
Toralmente en desacuerdo	18	20,2%
En desacuerdo	27	30,3%
De acuerdo	18	20,2%
Totalmente de acuerdo	26	29,2%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanaju en el mes de diciembre del 2022

Figura 10. Venta de productos a fuera del mercado



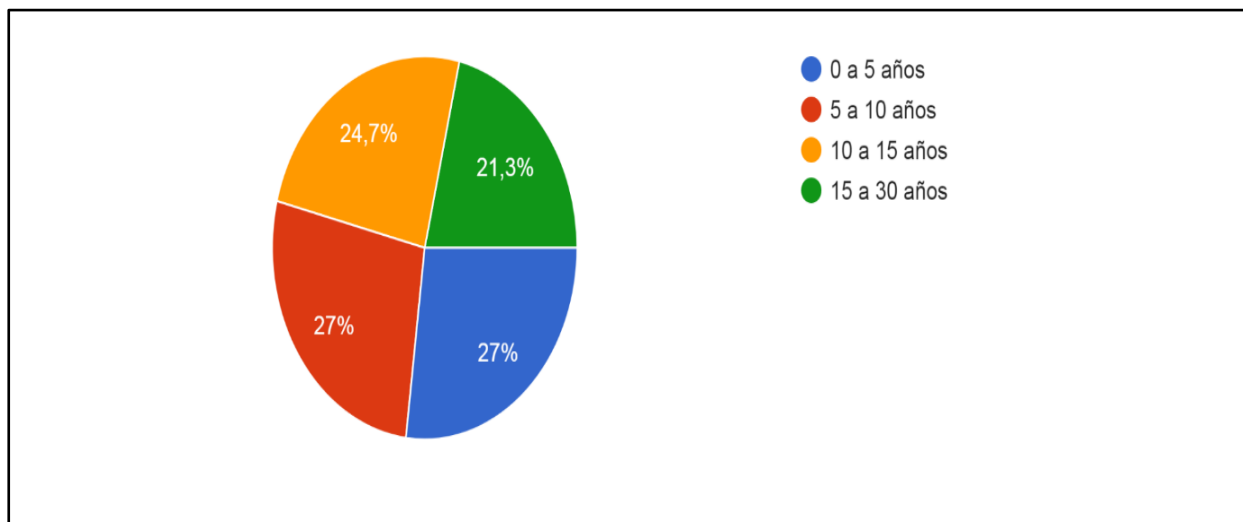
Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanaju en el mes de diciembre del 2022

En el mercado municipal de Guanaju el 30,3% de comerciantes están en desacuerdo que se prohíba la venta a las personas del campo que llegan a vender sus productos a fuera del mercado y mencionan que todos tienen necesidades, mientras el 29,2% de comerciantes no les parece bien por ello están totalmente de acuerdo que personas que no forman parte del mercado venda a fuera del mercado, esto también da paso al 20,2% de comerciantes encuestados están de acuerdo que se les prohíba la venta a fuera del mercado y un grupo de 20,2% de comerciantes están totalmente en desacuerdo que les prohíba la venta a las personas que venden afuera del mercado.

Pregunta 11. ¿Cuántos años usted lleva trabajando en el mercado?**Tabla 14.** Años que trabaja en el mercado

Opciones	Muestra	Porcentajes
0 a 5 años	24	27%
5 a 10 años	24	27%
10 a 15 años	22	24,7%
15 a 30 años	19	21,3%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 11. Años que trabaja en el mercado

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

En las encuestas formuladas se puede constatar que existe un empate en las opciones; el 27% de comerciantes mencionaron que los años que lleva trabajando va entre 0 a 5 años, mientras un grupo igual al 27% de encuestados manifestaron que en el mercado llevan trabajando de 5 a 10 años en el mercado y el 24,7% de los encuestados señalaron que lleva en el mercado trabajando de 10 a 15 años, por último un grupo de 21,3% de comerciantes dan a conocer que llevan trabajando de 15 a 30 años, y los convierte en los creadores del mercado. Se puede deducir que la mayoría de comerciantes no llevan mucho tiempo trabajando en el mercado municipal Guanajuato.

Categoría 2 Economía campesina

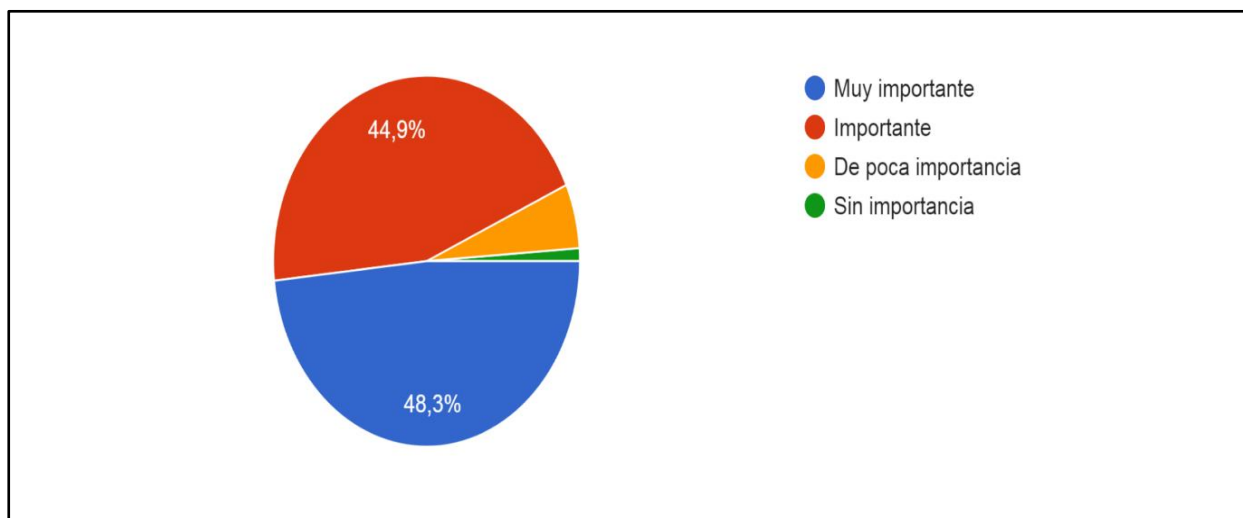
Pregunta 12. ¿Qué tan importante es para usted la economía campesina?

Tabla 15. Economía campesina

Opciones	Muestra	Porcentajes
Muy importante	43	48,3%
Importante	40	44,9%
De poca importancia	5	5,6%
Sin importancia	1	1,1%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 12. Economía campesina



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

La economía campesina se ha convertido en una actividad fundamental en la sociedad, de tal manera que el 48,3% de los comerciantes en el mercado de Guanajuato revelan que es muy importante la economía campesina debido al trabajo que realizan día a día mientras, el 44,9% mencionaron importante la economía campesina, un 5,6% consideran de poca importancia la economía campesina, un mínimo porcentaje de 1,1% afirmaron sin importancia a la economía campesina, se puede decir que la mayoría de los comerciantes del mercado consideran que la economía campesina es muy importante para el hombre.

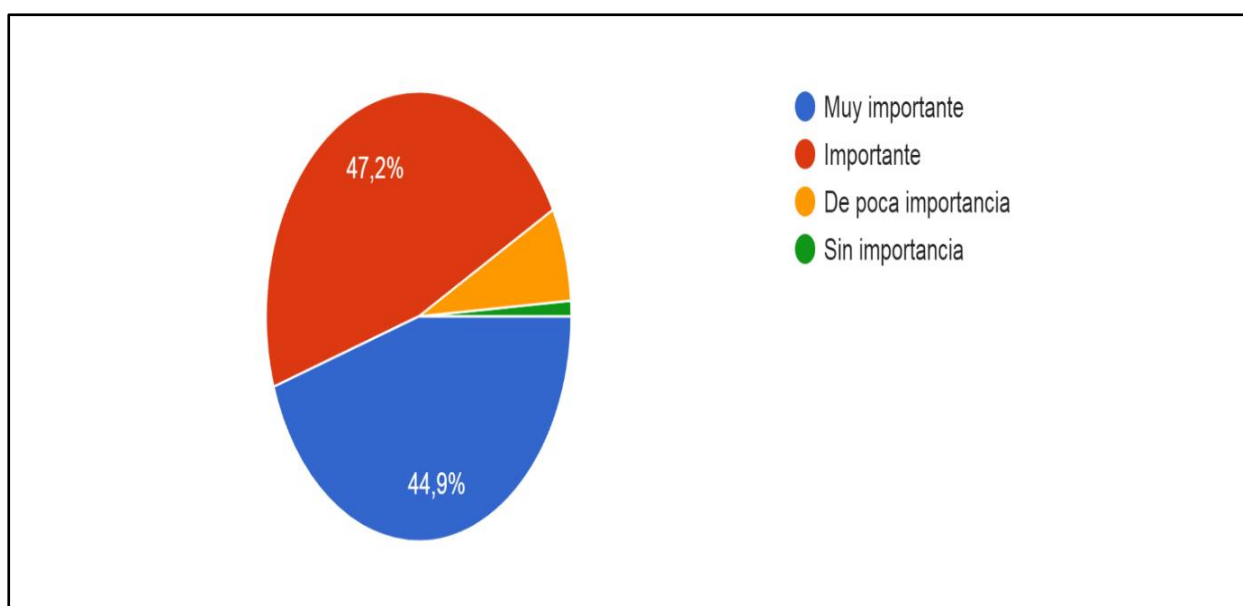
Pregunta 13. ¿Cómo califica usted la intervención de la economía campesina en el mercado?

Tabla 16. Economía campesina en el mercado

Opciones	Muestras	Porcentajes
Muy importante	40	44,9%
Importante	42	47,2%
De poca importancia	6	6,7%
Sin importancia	1	1,1%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 13. Economía campesina en el mercado



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Mediante las encuestas realizadas a los comerciantes en el mercado de Guanajuato, el 47,2% afirman que es importante la intervención de la economía campesina en el mercado, mientras que el 44,9% mencionan con toda seguridad que es muy importante la intervención de la economía campesina en el mercado porque consideran que todos los productos que se adquiere el mercado es gracia al esfuerzo que realiza el campesino, en tanto que el 6,7% califican de poca importancia la economía campesina en el mercado, y finalmente el 1,1% consideran sin importancia la intervención de la economía campesina.

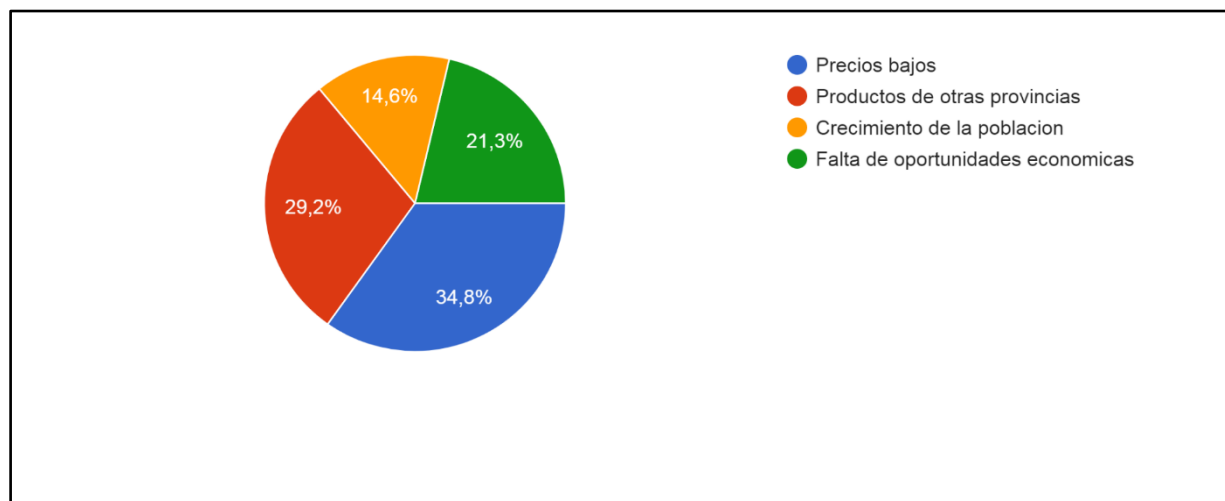
Pregunta 14. ¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo de la economía campesina?

Tabla 17. Ingresos económicos mediante las actividades agrícolas

Opciones	Muestra	Porcentajes
Precios bajos	31	34,8%
Productos de otras provincias	26	29,2%
Crecimiento de la población	13	14,6%
Falta de oportunidades económicas	19	21,3%
Total	89	100%

Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Figura 14. Factores que afectan a la economía campesina



Nota: elaboración propia en base a la aplicación de encuestas a los comerciantes del mercado de Guanajuato en el mes de diciembre del 2022

Ante las encuestas realizadas se pudo evidencia que el 34,8% de comerciantes consideran que en factor principal que afecta al desarrollo de la economía campesina son los precios bajos que pagan en el mercado por los productos, esto conlleva a tener una economía inestable, mientras que el 29,2% argumentan que la entrada de productos de otras provincias afectan a la economía campesina de la localidad, en cambio el 21,3% describen que el crecimiento de la población afectan a los campesinos mediante la reducción de sus tierras para la siembra y el 14,6% afirman que la falta de oportunidades ha generado que los campesinos busquen otras fuentes de trabajo afectando directamente a desarrollo de la economía campesina.

4.2. Discusión

Los resultados encontrados en este estudio enfocado al comercio justo y economía campesina muestran en general que el comercio y el comercio justo es una actividad de intercambio igualitario de productos en el mercado. Estos resultados coinciden con el trabajo de (Sánchez, 2018), la cual señala que el comercio justo se centra el desarrollo equitativo de las personas y territorio a partir de la valoración digna del trabajo, por ello se considera que el comercio justo es un movimiento socioeconómico global para entender las relaciones económicas y comerciales, (Concione y Mulder, 2017), mediante diversas organizaciones de productores con una gran variedad de productos y servicios relacionados con el comercio justo, (Aguilar, 2012), todo los estudios relacionados al comercio justo se enfocan en el intercambio igualitario que beneficia a los comerciantes y compradores.

Con la investigación se concluyó que en el Ecuador existen algunas organizaciones que promueven el comercio justo en beneficio de la sociedad, en el mercado de Guanujo la realidad es otra debido a que existen comerciantes que venden sus productos sin practicar el comercio justo por el desconocimiento del tema. Además los precios bajos que pagan los compradores a los campesinos por los productos afectan directamente al desarrollo de la economía campesina, en ocasiones obligando a emigrar del campo a la ciudad. Otro punto importante fue la dificultad que tuvieron los comerciantes al momento de responder las preguntas debido a que es una actividad nueva que se realiza en el mercado no ha existido investigaciones anteriores respecto al tema.

CAPÍTULO V Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- ❖ Se concluye que la mayoría de los comerciantes del mercado de Guanajuato, tienen poco conocimiento acerca del concepto de comercio justo, el desconocimiento acerca del tema conlleva a la hipótesis que los comerciantes no tienen capacitación acerca del comercio justo por parte de las autoridades que están al frente del mercado. Por tal motivo al momento de comercializar los productos no tienen precios estables, esto ha generado que los comerciantes tengan dos opciones al momento de vender: barato, caro los productos en el mercado.
- ❖ Con el desarrollo de la investigación se pudo concluir que las ventas después de la pandemia ha disminuido para la mayoría de comerciantes afectando de forma directa sus ingresos económicos debido a que invierten bastante y ganan poco, además la competencia que existe entre ellos ha ocasionado el abandono por completo sus puestos en el mercado debido a que existe poca afluencia de personas que llegan al mercado a realizar las compras.
- ❖ En este contexto también se concluye que el desconocimiento del comercio justo por parte de los comerciantes y compradores afecta al desarrollo de la economía campesina, mediante los precios bajos que ofrendan los compradores. La falta de regulación de precios conlleva al campesino a vender sus productos a diferentes precios, en ocasiones llevando a la quiebra generando en ocasiones abandonar sus actividades en el campo y buscar otras.

Recomendaciones

- ❖ Se recomienda a los administradores del mercado de Guanajuco coordinen capacitaciones dirigidas a los comerciantes del mercado y ciudadanía en general por medio de una programación que ayude a obtener información adecuada del comercio justo, la falta de información por parte de las autoridades de turno, la poca participación de las autoridades ha influido a muchos comerciantes mantenerse en desconocimiento del tema del comercio justo, por ello es importante tener conocimiento del tema de esa manera mejorar sus ventas y economía.
- ❖ Se deberá hacer publicidad en los diferentes medios de comunicación de la provincia con la finalidad de atraer a personas y compradores al mercado de Guanajuco, esto ayudará a todo los comerciantes que forman parte del mercado mejoren sus ventas y sus ingresos económicos mejorando de esa manera la calidad de vida de los comerciantes.
- ❖ Como recomendación para erradicar los factores que afectan a la economía campesina de los comerciantes del mercado de Guanajuco, sería de manera urgente el trabajo de las autoridades locales y provinciales para que exista una supervisión y control de los productos que entran de otras provincias al mercado de Guanajuco, de esa manera la economía campesina se fortalecerá en la provincia.

Bibliografías

- Aguilar Poaquiza, J. B., Avalos Peñafiel, V.G., Moncayo Sánchez, Y.P. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Investigación & negocio*, vol. 14 (52), págs.49-63. <http://www.scielo.org/bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-49.pdf>
- Arias, J L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. ECE –Enfoques Consulting Eirl.
file:///D:/Downloads/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf
- Ayala, M. (22 de febrero de 2021). Métodos cuantitativos y Cualitativos. Obtenido de ¿Que son los métodos de investigación?: <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Coordinadora estatal de comercio justo (2016). *El comercio justo en España* (2015). Madrid: Ortiz, Kindenda, Oxfam Intermón, Setem , fundación trabajo y dignidad.
<http://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Informe%20CJ%202015.pdf>
- Cesares, J. (2021). *Historia del comercio*. Mercasa.
<https://www.mercasa.es/media/publicaciones/289/HistComercioWEB.pdf>
- Coscione, M. Mulder, N. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. CEPAL y CLAC. <https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2017/11/El-Aporte-del-Comercio-Justo-al-Desarrollo-Sostenible-CLAC-CEPAL-2017.pdf>
- Ceccon, B. (2008). *El comercio justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*. UNAM.
<https://scifunam.fisica.unam.mx/mir/copit/SC0002ES/SC0002ES.pdf>
- Coordinadora Ecuatoriana de comercio justo (2018). *Comercio justo*. Recuperado el 30 de enero de 2023. <https://cejecuador.org.ec/comercio-justo/>
- Constitución Política de la República del Ecuador (2008, 20 de octubre). *Decreto legislativo*. Registro oficial n. ° 449. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Código Orgánico de la Producción, Comercios e Inversiones (2013,29 de Diciembre). *Código Orgánico de la Producción, Comercios e Inversiones*. Registro oficial n. ° 351.

<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020->

04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCI
O%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf

Estrategia ecuatoriana de comercio justo. (2017, 10 de marzo). *Acuerdo ministerial*. Registro oficial n. ° 945. https://observatorioess.org/wp-content/uploads/2021/03/n_ecuador_estrategia_de_Comercio_Justo.pdf

Economía (2014). *En editorial economía*. <https://enciclopedia.net/intercambio/>

Fairtrade International. (2019). *Fairtrade para productores*. Recuperado el 31 de enero de 2023. <https://info.fairtrade.net/es/producer>

Fridel, G. (2005). Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. *Revista de Ciencias Sociales*, Núm. 24, págs., 43-57. <https://iconos.flacsoandes.edu.ec/index.php/iconos/article/view/145/139>

Ghiotto, L. (2015). ¿Qué es el trabajo para la sociología del trabajo?. *Bajo el volcán*, vol.15 (22), págs. 267- 294. <https://www.redalyc.org/pdf/286/28642148015.pdf>

Guerra, P. (2010). La economía social en Latinoamérica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambios globales*: 67-76. (68). Especial. https://base.socioeco.org/docs/la_economia_solidaria_en_latinoamerica_p_guerra.pdf

Gardner, D. (1998). *Campesinos: ¿de qué hablamos?* Cuadernos de trabajo. <https://www.uv.mx/iihs/files/2012/11/Cuaderno5.pdf>.

Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria. (2013). *Guía de introducción del comercio justo para medios de comunicación*. Córdoba: Argos. <http://www.labroma.org/blog/wp-content/uploads/2016/03/Gu%C3%ADa-de-introducci%C3%B3n-del-Comercio-Justo-para-medios-de-comunicaci%C3%B3n-IDEAS.pdf>Iza,

M. (2021). *Empleo y calidad de vida: trabajadores del sector informal de Mercado Mayorista San Antonio de la ciudad de Salcedo, Provincia Cotopaxi, periodo 2021*. [Tesis de grado, Universidad Estatal de Bolívar]. Repositorio ueb. <https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/4114/1/Proyecto%20final%20M.pdf>
f

Infante, E. (2012). Comercio justo: una propuesta histórica y conceptual. *Suma de negocios*, vol. 3 (2), págs. 123-134. <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v3n2/2027-5692-sdn-3-02-123.pdf>

Instituto Colombiano de Antropología e Historia. (2018). *Conceptualización del campesino en Colombia. Documento técnico para su definición, caracterización y medición*, ICANH. https://vertov14.files.wordpress.com/2021/03/conceptualizaciocc81n-del-campesinado_2_web.pdf

Kisnerman, N. (s.f). *Pensar en el trabajo social: una introducción desde el construccionismo*. Ediciones Edward. https://www.fhyce.edu.py/wp-content/uploads/2020/08/Pensar_el_Trabajo_social.pdf

Kotler, P. (s.f). *Mercado*. IM- Introducción a la mercadotecnia. <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2862?inline=1#:~:text=%2D%20Mercado%3A%20es%20e1%20lugar%20donde,el%20producto%20para%20su%20satisfacci%C3%B3n>.

La vía campesina, (2009). *Declaración de los derechos de las campesinas y campesinos*. <https://viacampesina.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2010/05/declaracion-SP-2009.pdf>

Luzt, B. (2014). Formación histórica de la sociología rural: proceso de civilización del indio y del campesino en México (1870-1960). *Sociológica*, N 81 (162), págs. 161- 197. <https://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v29n81/v29n81a5.pdf>

La vía campesina, (2020). *Declaración de las naciones unidas sobre los derechos de los campesinos y otras personas que trabajan en las zonas rurales*. Libros de ilustraciones. <https://viacampesina.org/wp-content/uploads/2020/04/UNDROP-Book-of-Illustrations-l-ES-l-Web.pdf>

La ley orgánica de Economía Popular y Solidaria (2008, 28 de abril). *La ley orgánica de Economía Popular y Solidaria y del sector financiero popular y solidario*. Oficio n. ° 4887. <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>

- Marcillo, C. (s.f). *Comercio justo. Vive comercio.*
https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf
- Moix, M. (2004). El trabajo social y los servicios sociales. Su concepto. *Cuaderno de trabajo social*, Vol. 17, págs. 131-141.
file:///D:/Downloads/El_Trabajo_Social_y_los_Servicios_Sociales_Su_conc.pdf
- Monzón Campos, J. L., (2013). Empresas sociales y economía social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la U.E. *Revista de Economía Mundial*, (35), 151-163.
https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/6132/resource_files/empresas_sociales_y_economia_social.pdf?v=63741889715
- Matos, A. (s.f). *Investigación bibliográfica: definición, tipos, técnicas.*
<file:///D:/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Bibliogr%C3%A1fica.pdf>
- Morales, F. (12 de enero del 2023). *En economipedia.*
<https://economipedia.com/definiciones/compra.html>
- Moreira, M. (2003). *Que es la sociedad.* Biblioteca virtual.
<https://biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf>
- Rincón, L. F. (2018). Consideraciones teóricas de la cuestión agraria y campesina y la explotación del trabajo campesino por el capital. *Luna Azul*, (46), 387-408.
<https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/lunazul/article/view/3278>
- Real Academia Española. (2022). *Agricultor*. Obtenido de <https://dle.rae.es/agricultor>
- Salas- Castillo, E.M., Arguello – Guadalupe, C.S., Guapi – Aguilar, A.P., (2021). El comercio justo en el desarrollo sostenible. *Visión digital*, Vol. 5, págs.36- 51.
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/1535/3881>

- Sánchez, C. (2018). Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento. *Equidad desarrollo*, Vol. 30, págs.149-172. file:///D:/Downloads/Dialnet-ComercioJustoYEconomiaSocialYSolidaria-6639702.pdf
- Salva, A. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y Solidarias. *CIRIEC- España*, vol. 51, págs. 7-24. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>
- Shejtman, A. (1980). Especificidad de la economía campesina. GW. (Ed.). *Economía campesina: lógica interna, articulación y persistencia*: 121- 140. (123). Revista de la Cepal. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11934/011121140_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santacoloma-Varón, L, E. (2015). Importancia de la economía campesina en los contextos contemporáneos: una mirada al caso colombiano. *Entramado*, vol. 11 (2), págs.38-49. <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265443638004.pdf>
- Tocancipa, J. (2008). El trueque: tradición, resistencia y fortalecimiento de la economía indígena del Cauca. *Revista de estudio sociales*, vol. 31, págs. 146 -161. file:///D:/Downloads/Dialnet-ElTrueque-2856687%20(1).pdf.
- Tornatore, A. (s.f.). *Decisiones sobre el precio*. <https://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Gestion%20de%20mercadeo%20agropecuario/Precio.pdf>
- Vélez- Tamayo, J. M., (2016). La economía campesina: Configurador de la economía social y solidaria. *Espacios*, vol. 28 (16), págs.1-11. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n16/a17v38n16p11.pdf>

Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD
ESTATAL
DE BOLÍVAR

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Encuesta 2022



Tema: Comercio justo en el desarrollo de la economía campesina de los comercios del mercado municipal de Guanaju, Guaranda, 2022.

Objetivo: Conocer las prácticas del comercio justo en el mercado municipal de Guanaju

El siguiente cuestionario es de manera anónima únicamente con fines investigativos respecto al concepto del comercio justo.

Encuestador: Juan González

Preguntas	Opciones	Marque con una x su respuesta
Categoría 1 Comercio Justo		
1. ¿Tiene conocimiento usted sobre el concepto de comercio justo?	a. Excelente conocimiento	
	b. Poco conocimiento	
	c. No tiene conocimiento	
2. ¿Qué tan importante es conocer el concepto del comercio justo?	a. No es importante	
	b. Poco importante	
	c. Algo importante	
	d. Importante	
3. ¿Cómo considera usted la intervención del comercio justo en el mercado?	a. Pésima	
	b. Mala	
	c. Regular	
	d. Buena	
	e. Excelente	
4. ¿Con que frecuencias practica el comercio justo?	a. Nunca	
	b. Casi nunca	
	c. Ocasionalmente	
	d. Casi todo los días	
	e. Todos los días	
5. ¿Qué tan difícil es practicar el comercio justo en su negocio?	a. Muy difícil	
	b. Difícil	
	c. Neutral	
	d. Fácil	
	e. Muv fácil	

6 ¿Qué día vende sus productos en mercado de Gunujo?	a. Lunes	
	b. Miércoles	
	c. Sábado	
	d. Domingo	
7 ¿Cómo considera la relación social que existe con los demás? ¿comerciantes	a. Pésima	
	b. Mala	
	c. Regular	
	e. Excelente	
8 ¿Cómo califica usted sus ventas de los productos los fines de semana?	a. Pésimo	
	b. Mala	
	c. Regular	
	d. Buena	
9 ¿Ha sufrido usted algún tipo de discriminación por realizar este tipo de trabajo?	a. Físico	
	b. Verbal	
	c. Ninguno	
10. ¿Está de acuerdo que se prohíba la venta de productos a fuera del mercado?	a. Totalmente en	
	b. En desacuerdo	
	c. De acuerdo	
	d. Totalmente de	
11. ¿Cuántos años usted lleva trabajando en el mercado?	a. 0 a 5 años	
	b. 5 a 10 años	
	c. 10 a 15 años	
	d. 15 a 20 años	
Categoría 2 Economía Campesina		
12. ¿Qué tan importante es para usted la economía campesina?	a. Muy importante	
	b. Importante	
	c. De poca importancia	
	d. Sin importancia	
13. ¿Cómo califica usted intervención de la economía campesina en el mercado?	a. Muy importante	
	b. Importante	
	c. De poca importancia	
	d. Sin importancia	
14. ¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo de la economía campesina.	a. Precios bajos	
	b. Productos de otras provincias	
	c. falta de oportunidades económicas	
	d. Crecimiento de la población	

Anexo 2. Fotografías



Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado de Guanajuato, sección quesos



Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado de Guanajuato, sección cárnicos



Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado de Guanujo, sección abasto



Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado de Guanajujo, sección de plásticos y otros



Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado de Guanajujo, sección frutas



Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado de Guanajuato, sección verduras