

El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-Social**The San Francisco de Quito Market, a practical example of Social-Tourist benefit**

SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth*†, PALADINES, Gustavo Vladimir & ECHÁRRI-CHÁVEZ-Maite

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Recibido: 10 de Noviembre, 2017; Aceptado 29 de Enero, 2018

Resumen

El socialismo del siglo XXI se basa sustancialmente en la filosofía Marxista, que con positivismo la divide en cuatro puntos: el desarrollismo democrático regional, la economía de equivalencias, la democracia participativa y las organizaciones de base, en la nueva constitución del Ecuador se intenta reforzar la democracia participativa, este trabajo trata de exponer como se designan principios del socialismo y la política del Buen Vivir en el mercado San Francisco de Quito Ecuador, donde se concibe en la actualidad al gobierno municipal con la visión de la revolución ciudadana y su política del Buen Vivir, con una intervención directa para sustentar el mercado, mediante acciones de mantenimiento, limpieza, capacitación de sus comerciantes en función de mejoras en el servicio, que permita un direccionamiento hacia el turismo, visualizando las mejoras económicas para el ciudadano facilitando al acceso a créditos para sus negocios individuales. En este mercado se enfocan las relaciones sociales de producción en tres procesos la distribución, el cambio y el consumo, cumpliendo el pensamiento Marxista en relación a la producción, este mercado realiza una actividad comercial, es decir, ocurre un proceso de reproducción del capital (DMD') que presupone la recuperación del capital invertido más una ganancia. En el ámbito de la distribución, el cambio y el consumo, los proveedores de dicho mercado representan pequeños productores agrícolas dueños de sus medios de producción con características fundamentalmente de monoprodutores. La propiedad del local es pública, porque la titularidad del espacio donde se encuentra el mercado pertenece al Estado para cumplir una función social, cada comerciante debe pagar una renta por la utilización del local donde ejerce su comercio, el derecho a la propiedad privada no excluye el reconocimiento de la propiedad pública, por lo que esta constituye un tipo de la primera. En el mercado San Francisco se destaca la ausencia de personal asalariado en la actividad de la comercialización.

Socialismo Siglo XXI, Buen Vivir, Turismo**Abstract**

Socialism of the 21st century is based substantially on Marxist philosophy, which positively divides it into four points: regional democratic development, the economy of equivalence, participatory democracy and grassroots organizations, in the new constitution of Ecuador seeks to strengthen participatory democracy, this paper tries to expose the principles of socialism and the politics of Good Living in the San Francisco market of Quito, Ecuador, where the municipal government is now conceived with the vision of the citizen revolution and its politics of Buen Vivir, with direct intervention to support the market, by means of maintenance, cleaning, training of its merchants in function of improvements in the service, allowing a direction towards tourism, visualizing the economic improvements for the citizen facilitating access to credits for their individual businesses. In this market the social relations of production are focused on three processes of distribution, change and consumption, fulfilling Marxist thought in relation to production, this market carries on a commercial activity, is a process of reproduction of capital (DM D') which presupposes the recovery of the invested capital plus a gain. In the area of distribution, change and consumption, the suppliers of this market represent small agricultural producers who own their means of production with characteristics essentially monoproducers. The ownership of the premises is public, because the ownership of the space where the market is located belongs to the state to fulfill a social function, each merchant must pay rent for the use of the place where he or she is engaged in trade, the right to private property does not exclude the recognition of public property, so this constitutes a type of the first. In the San Francisco market stands out the absence of salaried personnel in the activity of marketing.

Socialism of the 21st Century, Good Living, Tourism

Citación: SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth, PALADINES, Gustavo V. & ECHÁRRI-CHÁVEZ, Maite. El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-social. Revista Investigaciones Sociales 2018. 4-11: 9-12

* Correspondencia al autor (email: jesuarez1@espe.edu.ec)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

El mercado municipal San Francisco en Quito tiene más de 120 años de vida. Cuenta con 123 puestos de abastos, alimentos, comidas y espacios para "limpias" con hierbas. Se pueden encontrar también platos típicos como mote, llapingachos, yahuarlocro, caldo de gallina, hornado y jugos vigorizantes, hechos de frutas y verduras.

El encanto del mercado está en el ambiente tradicional que impera, ya que la gran mayoría de sus 'caseras' trabajan como herederas de familias que han estado allí, de generación en generación.

En el mercado San Francisco se destaca la ausencia de personal asalariado en la actividad de la comercialización, puesto que esta se realiza por trabajadores que heredaron el local y el oficio de sus antepasados, y si existe alguna cooperación ocurre en el plano familiar.

Lo anterior no permite la existencia de relaciones productivas de dominación capitalista propiamente dichas tras la no existencia de obreros y empleados asalariados como categoría especial de trabajadores en la realización de las mercancías.

Los visitantes al mercado San Francisco pueden acceder a servicios de banca y farmacia, internet gratuito, venta de artesanías y souvenir.

Las labores de limpieza y administración de los espacios del mercado se realizan por trabajadores de la municipalidad que mantienen una relación de asalariados con respecto al gobierno de Quito. Relaciones de producción que se diferencian a las de los comerciantes. Es importante destacar que en apoyo a estas actividades se realizan por los comerciantes 'Minga' elemento tradicional heredado de las sociedades indígenas que perdura en las relaciones actuales de la sociedad ecuatoriana muy relacionada con la cosmovisión andina de trabajo comunitario.

Los resultados obtenidos demostraron las bondades de la aplicación de método acordes al Buen Vivir y al Socialismo del siglo XXI.

El mercado se enclava en el centro histórico de Quito, esta es un área populosa por lo que el mercado recibe la afluencia de los compradores locales, los vecinos que habitan las viviendas que circundan el mercado y los turistas, tanto nacionales como foráneos.

Es importante destacar el ciclo productivo mercancía, dinero, mercancía incrementada (MDM'), es el establecido del sistema capitalista, en el caso del mercado San Francisco se manifiesta el ciclo comercial dinero – mercancía –dinero incrementado, donde la mercancía proceden de los proveedores, pequeños productores cercanos a Quito que colocan sus productos a precios cómodos para los vendedores, estos productos se obtienen de las cosechas que ellos producen en sus pequeñas parcelas tradicionales y resalta también la presencia de sus productos como hierbas medicinales base de sus conocimientos ancestrales para curaciones (limpias), como atractivo importante para los residentes y turistas.

No participan intermediarios, beneficiándose todas las partes que intervienen en las relaciones comerciales. Partiendo del carácter comercial del mercado no productor, el proveedor de las mercancías es un pequeño productor, esta característica muy específica de éste.

Sobre las ganancias que reciben del comercio: Los ingresos se mantienen y resultan suficientes para la satisfacción de las necesidades.

Los beneficios obtenidos por cada puesto de trabajo, se reinvierten en un cierto porcentaje, en el mantenimiento de la instalación y el pago por varios servicios para mejorar la higiene y la calidad de vida de los trabajadores.

El servicio de guardería se da de manera gratuita a los trabajadores como parte de los beneficios del Plan Nacional del Buen Vivir.

Mediante la observación se constató un clima de trabajo, organización y esfuerzo mancomunado donde predominan las manifestaciones de optimismo, solidaridad y cooperación entre los trabajadores de los diferentes puestos. Se celebran actividades deportivas, festejos nacionales y personales diferenciados atendiendo a las características de cada miembro y afirman que reciben ayuda mutua para la solución de diferentes situaciones.

Toda la familia ayuda para la ejecución de las actividades comerciales y de abasto, lo que contribuye a crear un clima de tranquilidad e intercambio equitativo.

Se pretende mantener los beneficios que han alcanzado en materia de seguridad y estabilidad laboral y además optimizar el empleo de los beneficios sociales que les brinda el estado para sus hijos, continuar velando por la igualdad y derecho de la mujer a tener un trabajo digno, extender las actividades de capacitación en cuestiones de índole económica para todos los trabajadores y consolidar sus logros en materia deportiva y participativa.

Se plantea mejorar la gestión de ventas ofreciendo productos frescos y de mayor calidad, hacer más atractivas sus ofertas y continuar mejorando la calidad y pertinencia del servicio que prestan.

Promocionar sus servicios mediante operadores turísticos para incrementar el número de visitantes extranjeros y nacionales y en general incrementar los beneficios económicos para los empleados.

En el mercado San Francisco se observan resultados importantes en la mejora de las condiciones de trabajo de sus comerciantes y por tanto en sus condiciones de vida a causa de la aplicación de relaciones de abastecimiento, compra y venta acordes con principios lejanos a los establecidos por el capitalismo actual y cercanos a los del socialismo del siglo XXI y el buen vivir, donde se respetan las características y condiciones específicas de dicho centro comercial y sus comerciantes.

Además de los aspectos positivos que en el mercado se visualiza y se enmarca en el Plan Nacional del Buen Vivir, base de la Cosmovisión del Sumak Kawsay en países como Bolivia y Ecuador donde se integra en forma real la participación de la comunidad en la economía de manera más equitativa, e integradora y que su accionar se refleja en otras actividades valiosas como el Turismo, donde el mercado se convierte en el mejor de los escenarios para que residentes y visitantes tengan una experiencia única de la cultura como son:

Saberes Ancestrales, La gastronomía local, la interrelación con la comunidad entre otros aspectos, aspectos que relaciona el turismo cuando define a esta actividad como el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen (Santamaría & Vásconez., 2018)

Conclusiones

El gran logro del mercado San Francisco es que a partir de la aplicación de principios acordes a las prácticas propuestas por el Estado ha adaptado las mismas a sus especificidades, traduciéndolas en logros y beneficios para sus comerciantes (trabajadores).

Propone métodos alternativos a los sostenidos por el capitalismo y sus potencialidades para satisfacer las necesidades de sectores de trabajadores, apartados de los conceptos de bienestar predeterminados por el orden actual. En la experiencia del mercado San Francisco, se pone de manifiesto lo viable de tales métodos, no a nivel macro social sino en espacios menos extensos que no por eso dejan de ser complejos.

La viabilidad y posibilidad real y objetiva de la aplicación de los principios del Socialismo del siglo XXI y del Buen Vivir como una solución a los problemas del mundo actual y como un camino hacia el progreso y bienestar de cualquier habitante del planeta.

Referencias

- Abril, M., Domínguez, M., & Sánchez, M. (2015). Accesibilidad y turismo ¿Un binomino posible en cualquier recurso patrimonial? El caso de los mercados de abastos. Impulso al desarrollo económico a través del Turismo. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado el julio de 2017, de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/52908>
- Acosta, A. (2010). El Buen Vivir en el camino del Post-desarrollo. Una Lectura desde la Constitución de Montecristi.
- Correa Delgado, R. V. (2009). Economía para el Desarrollo: Experiencia ecuatoriana. La Habana.
- Crespi. (2014). Cambio social y procesos de transformación urbana en un contexto de crisis en las periferias urbanas de las grandes áreas metropolitanas de España. Barcelona: Universidad de Barcelona. Recuperado el julio de 2017, de <http://www.comunicatur.info/es/los-mercados-de-abastos-y-las-ciudades-turisticas/>
- Fonseca, Y. A. (2011). El Socialismo del Siglo XXI. Una Visión desde Cuba. Contribuciones a las Ciencias Sociales.

Gudynas, E. (2011). Buen Vivir: Germinando Alternativas al Desarrollo .

Guevara , J. F., & Vargas, K. G. (2017). Análisis de los factores que influyen en el proceso de Upgrading en las organizaciones de comercio justo en Ecuador.

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). Metodología de la Investigación (5ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana.

Larrea, A. M. (2011). El Buen Vivir como contrahegemonía en la Constitución Ecuatoriana.

Reig, P. (13 de septiembre de 2013). Los mercados municipales en la encrucijada: situación y retos. Recuperado el 5 de julio de 2017, de wordpress: <https://pedroreig.wordpress.com/2013/09/13/los-mercados-municipales-en-la-encrucijada-situacion-y-retos-parte-1/>

Romo, M. P. (2008). ¿Cómo es el Socialismo del Siglo XXI?