



MERCADO MUNICIPAL DE ALCALÁ DE HENARES (MADRID)

El Mercado Municipal de Alcalá de Henares, en la Comunidad de Madrid, fue construido en 1964, adaptando la venta al aire libre de productos perecederos que se realizaba en la plaza de Abastos anexa al Ayuntamiento alcalaíno.

El Mercado Municipal de Alcalá de Henares está ubicado en pleno centro histórico de una ciudad que ha multiplicado su población en las últimas décadas; en la actualidad Alcalá de Henares contabiliza 204.574 habitantes.

En el momento de su creación, el mercado de Alcalá de Henares cumplió la función de abastecer a la población residente en los barrios céntricos de la ciudad, convirtiéndose paralelamente en núcleo central de la distribución urbana de productos de alimentación perecedera. Los procesos paralelos de expansión

urbanística y crecimiento demográfico de Alcalá de Henares hacia la periferia fueron privando al Mercado Municipal de la centralidad que ostentaba como centro de abastecimiento del municipio.

El proceso se retroalimentó con el surgimiento de los primeros centros comerciales y el establecimiento de las primeras grandes cadenas de distribución alimentaria.

Asimismo, el barrio histórico del centro de Alcalá fue transformándose en un centro administrativo y de restauración. El Mercado Municipal se veía privado de una parte fundamental de su clientela tradicional, que era justamente la que residía en los barrios del centro histórico.

Todos estos procesos sociales, demográficos y comerciales, fueron empujando al Mercado Municipal alcalaíno hacia un lento declive que se hacía evidente



en el deterioro de sus instalaciones exteriores e interiores. En el año 2006, la corporación municipal decidía poner en marcha un proceso de remodelación integral del mercado municipal, que supondría realmente una refundación del mismo. Las obras fueron adjudicadas a una empresa constructora que asumió una parte de la financiación de las mismas a cambio de gestionar las 148 plazas de parking diseñadas en el nuevo proyecto de mercado. El nuevo plan reducía el espacio comercial del mercado, pasándose de unos 50 puestos a 16. Los tenderos del mercado

reclamaron más espacio, subiéndose finalmente a 25 los puestos disponibles. Esta reducción significó la prejubilación de una parte de los antiguos comerciantes del Mercado Municipal. A finales de 2008 el nuevo mercado reabrió sus puertas, siendo inaugurado oficialmente en febrero de 2009. El edificio ofrece un sobrio estilo vanguardista diseñado por el arquitecto Javier Iribarren. Los puestos de alimentación están ubicados en la planta a pie de calle, lo que facilita enormemente el acceso al edificio y el movimiento al interior mientras se realiza la compra. En la segunda planta se pensó





en instalar todo tipo de negocios, pero finalmente se decidió crear una planta dedicada a la restauración vinculada a los productos perecederos de calidad ofertados en la planta de alimentación. Por el momento la planta está vacía, ya que las ordenanzas municipales no permiten la instalación de mesas exteriores en la planta superior a modo de terracitas ni la extensión de los horarios de comida y cena fuera del horario comercial del mercado, lo que inhibe por el momento a los empresarios de la restauración interesados. Finalmente, en la parte superior del mercado se ha instalado una piscina y solárium.

A nivel comercial, el nuevo Mercado Municipal de Alcalá de Henares está compuesto por 25 puestos, 24 de los cuales están ocupados por bancas propiamente vinculadas en cesión municipal a pequeños comercios de alimentación, principalmente en los gremios

de carne, pescado y frutas y verduras. En su momento se pensó integrar en el mercado un supermercado de marca vinculada a una gran cadena de distribución, pero el hecho de extender de 16 a 25 los puestos de pequeño comercio redujo la superficie disponible para el supermercado, haciendo inviable por el momento su implantación.

El elemento arquitectónico más relevante del nuevo mercado a nivel comercial con un gran impacto sobre la movilidad y accesibilidad a la oferta comercial del mercado ha sido la construcción de un parking para 148 vehículos en tres plantas subterráneas. El parking ofrece la posibilidad de acceso de una parte de la clientela que se desplazó a los barrios colindantes al centro histórico.

En este sentido, aunque es evidente que la remodelación ha significado un revulsivo para el Mercado Municipal y para la distribución alimentaria del centro de Alcalá, sin embargo, también es claro que en el marco de estructura demográfica, espacial y comercial de Alcalá de Henares, el Mercado Municipal no aspira a ser hegemónica en un espacio urbano con una fuerte implantación de grandes y medianos centros de distribución alimentaria e integral. En este contexto, el Mercado Municipal es un espacio que se concentra,



como fue su espíritu primero, en abastecer a la población de los barrios del centro histórico de Alcalá de Henares.

Abastecer este espacio significa adaptarse a una clientela compuesta fundamentalmente por trabajadores de la administración y hostelería. Eso significa la puesta en marcha de toda una batería de innovaciones comerciales para atraer a esta clientela: la venta no presencial, el servicio a domicilio y los horarios adaptados a la disponibilidad laboral de estos colectivos serían estrategias comerciales eficaces.





Del mismo modo, la importante población de origen inmigrante residente en todo el Corredor del Henares, incluida Alcalá de Henares, fundamentalmente procedente de Europa del Este, ha estado tradicionalmente ausente del Mercado Municipal, tanto del lado de la oferta como del de la demanda. La aparición de comercios regentados por población de origen inmigrante se ha concentrado en espacios y zonas externas al Mercado Municipal. La causa fundamental es la divergencia en el establecimiento de los horarios, ya que una parte de la ventaja comparativa de este tipo de comercio se basa en una prolongada jornada comercial. En este sentido, la Comunidad de Usuarios del Mercado Municipal, denominación de la asociación que reúne a los comerciantes del mercado, no ha tanteado aún estos nuevos colectivos de clientes, con el



objetivo de abrirse a estos nuevos espacios sociales y comerciales. Hasta el momento, la gestión del mercado sigue respetando la estructura tradicional vinculada directamente a los responsables municipales. De esta forma, la asociación de comerciantes no ha asumido hasta el momento mayor protagonismo en la gestión, tanto diaria como a largo plazo del mercado. Esta circunstancia sería determinante a la hora de consolidar la revitalización comercial y social del mercado en el espacio que aún le cabe en el centro histórico de Alcalá de Henares. ■

Juan Ignacio Robles

*Profesor del Departamento de Antropología Social
Universidad Autónoma de Madrid*