



MERCADO DE USERA (MADRID)

El Mercado de Usera está ubicado en uno de los barrios más populares de la ciudad de Madrid. El barrio creció a lo largo de los años cuarenta y cincuenta del siglo XX, con la llegada de población migrante procedente de distintos puntos de la España rural en su mayoría de Castilla, Andalucía y Extremadura. Usera se extiende hacia el suroeste de la emblemática plaza de Legazpi, donde en su día, y antes de la construcción del actual centro de distribución mayorista Mercamadrid, estaban ubicados los mercados mayoristas de frutas y verduras y el Matadero Municipal de Madrid, respectivamente.

Como en la mayoría de las grandes ciudades industriales españolas, estos barrios fueron conquistando poco a poco toda una serie de infraestructuras sociales, aprovechando los escasos resquicios de

reivindicación que permitía el régimen franquista. Las asociaciones vecinales, entre ellas las del barrio y actual distrito de Usera, destacaron activamente en la reivindicación y consecución de estas infraestructuras, entre ellas el mercado municipal.

De esta forma, en 1959, nació el Mercado de Usera, en pleno corazón del barrio. Hasta ese momento, los vecinos compraban en lo que se llamaba “mercado de tablas”, espacios al aire libre de venta de productos de alimentación perecedera en cajas y mesas de madera que se instalaban por la mañana y, una vez vendida la mercancía, se recogían a mediodía hasta el día siguiente. Hubieron de pasar casi veinte años hasta que los habitantes del barrio, trabajadores y trabajadoras de la pujante industria madrileña, pudieron disfrutar de un



espacio organizado, higiénico y normalizado para hacer sus compras de alimentación precedera. El mercado se construyó en dos plantas que albergaron desde el comienzo a unos setenta comerciantes de todos los gremios, fundamentalmente de alimentación. En 1986 se creó la Asociación de Comerciantes del Mercado de Usera, significándose como una de las asociaciones pioneras del ramo. La asociación veló desde el principio por defender los derechos de comerciantes y clientes del mercado. Poco a poco, las instalaciones fueron envejeciendo y deteriorándose, de tal forma que en 2004 la

asociación y sus comerciantes decidieron emprender un proceso de remodelación que contó con el apoyo de Ayuntamiento y Comunidad de Madrid. Se adecentó el mercado y se derribaron distintas barreras arquitectónicas, facilitándose los accesos que incluyen tres ascensores, uno de ellos con conexión de la planta de calle a la planta primera y adaptado para personas con minusvalías físicas. En todos estos años, el mercado ha ido realizando gradualmente toda una serie de pequeñas remodelaciones avaladas por los propios comerciantes. En la remodelación del año 2004, el mercado decidió integrar en la primera





planta un supermercado, con el fin de ofrecer al vecindario una oferta de compra integral de alimentación. En la negociación, la asociación de comerciantes logró que la marca limitara su oferta a la alimentación envasada. La marca de supermercados, Dia, apenas aportó capital para su instalación y fueron los propios comerciantes del mercado los que tuvieron que asumir la parte fundamental de la inversión de acondicionamiento del espacio de esa planta.

Al mismo tiempo, el mercado ha acondicionado un parking de unas 34 plazas que pone a disposición de la clientela a través de bonos de media y una hora que los propios comerciantes compran y ofrecen a sus clientes preferentes.

Desde la perspectiva del futuro del mercado se había hecho evidente que esta remodelación en profundidad era una estrategia imprescindible para adaptar la oferta del mercado a la evolución de la clientela.

Desde principios del siglo XXI, el barrio de Usera fue experimentando una profunda transformación social. La población autóctona del barrio ha ido envejeciendo y los hijos de estas familias de trabajadores han abandonado el barrio, instalándose en

casas mejor acondicionadas en otras zonas de la Comunidad de Madrid. Los pisos y apartamentos del barrio de Usera fueron ocupados paulatinamente por población migrante en fase de consolidación socioeconómica. Es en el distrito y barrio de Usera donde la población migrante, fundamentalmente latinoamericana, fue comprando sus residencias una vez consolidados laboralmente en el país. Por tanto, la nueva clientela del mercado está constituida a día de hoy por población migrante de origen fundamentalmente latinoamericano en un 60% aproximadamente, siendo el restante 40% clientela tradicional autóctona, eso sí, cada vez más envejecida.

A la luz de esta transformación social cobra mayor sentido la dirección de la reforma emprendida por la Asociación de Comerciantes del Mercado en el año 2004. La población de origen migrante residente en el barrio de Usera también ha ido ganando protagonismo como comerciantes del propio mercado. De los 62 comerciantes actuales, dos de ellos son latinoamericanos, adjudicatarios de pleno derecho. Paralelamente, casi todos los comerciantes combinan en sus ofertas productos para una clientela multinacional y multiétnica.



La idiosincrasia del barrio y del mercado ha hecho que el tipo de venta haya sido tradicionalmente presencial, sin embargo, poco a poco ha ido ganando terreno la venta y compra no presencial, protagonizada prioritariamente por los gremios de pescadería y carnicería vinculados a los restaurantes del barrio. En cambio la venta presencial sigue siendo mayoritaria, un 70% aproximadamente, concentrándose en los restantes gremios, sobre todo en el de frutas y verduras. Esto viene a mostrar que el público latinoamericano del barrio comparte una “cultura del mercado” en directa sintonía con la población autóctona: gusto por los productos frescos, de calidad y puesta en valor de la relación directa con los comerciantes y vecinos.

La Asociación de Comerciantes ha ido también experimentando una renovación generacional que indica la buena salud del mercado. En la actualidad, la media de edad de los comerciantes es de entre 45 y 55 años. Un porcentaje importante de los jóvenes comerciantes que han asumido la adjudicación de los puestos son hijos y/o





familiares de los comerciantes jubilados. Esta renovación generacional es un termómetro fiable sobre la buena marcha del mercado de Usera. Sin embargo, los desafíos no son pocos, el principal, la extensa oferta alimentaria en distintos formatos instalados en el barrio con los que compite el mercado. Por una parte, los supermercados de barrio que rodean al mercado. Por otra parte, la oferta de pequeños comercios de alimentación





tipo ultramarinos regentados fundamentalmente por población de origen chino. Hay que reseñar que en el barrio de Usera existe una especial concentración de comercio de origen chino que se explica por la cercanía a la ciudad de Madrid y a los polígonos industriales donde se ha

concentrado la oferta mayorista del colectivo. El Mercado de Usera muestra su dinamismo secular integrando en su interior también a algunos de estos comerciantes, entre ellos una comerciante de origen chino que ha instalado una tienda de fotografía. En cuestión de horarios comerciales, los ritmos han ido acompasándose paulatinamente hasta que, en la actualidad, este comercio asume plenamente el horario comercial general del mercado. En conclusión, el Mercado de Usera que nació en el corazón de un barrio creado por población migrante nacional, se ha adaptado eficazmente a la transformación social de su población residente. Su futuro depende, como en la gran mayoría de mercados en general, de la capacidad de los comerciantes de cohesionarse internamente y pensarse como colectivo con un futuro compartido.



Juan Ignacio Robles

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