
FUNCION DEL COMERCIO EN LA REHABILITACION DE LOS CASCOS ANTIGUOS

LOS MERCADOS MUNICIPALES DE ABASTOS

■ ISAURA LEAL FERNANDEZ

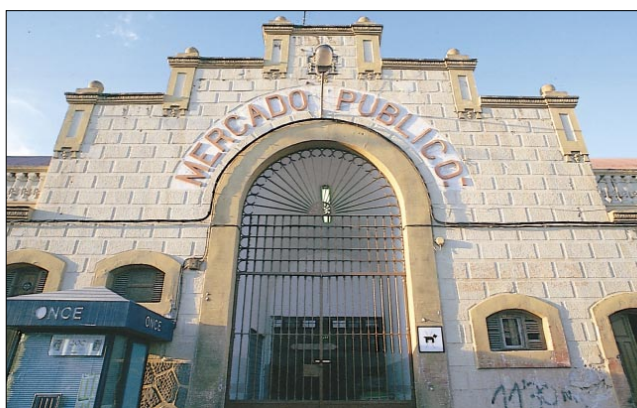
Nuestras ciudades son la más clara referencia de nuestros usos y costumbres a lo largo del tiempo. Si observamos la distribución de los principales monumentos y edificios podemos saber qué tipo de vida se hacía en ellas.

Los orígenes de una ciudad y su particular manera de evolucionar durante siglos han marcado su impronta y definido la característica propia frente a otras ciudades de su entorno o región, que se mantiene en un proceso casi constante a lo largo de los años. Pero en los dos últimos siglos los cambios han afectado a nuestros usos cotidianos de una forma tan continuada que del carácter originario se han perdido todas o muchas de sus esencias.

Si la revolución industrial supuso fundamentalmente la emigración del campo a las grandes urbes y el aumento casi exponencial de la población en ellas, el modo de vida de los nuevos vecinos vino a repetir los usos y costumbres ya existentes en nuestras ciudades.

El comercio era de índole familiar y con una tradición: el marchamo de garantía ante los clientes de seriedad y responsabilidad en el servicio.

Con el paso de los años, y ya estamos a caballo entre los dos siglos, surgen comercios de mayor tamaño y que son los precursores de las grandes cadenas de establecimientos que se



consolidan y tienen su gran expansión en los últimos veinte años.

Los cambios que se han producido a lo largo del siglo XX en nuestros hábitos, modos y costumbres han supuesto transformaciones tan radicales como todas las ocurridas desde el principio de la vida urbana tal y como la conocemos en la actualidad. En nuestras propias viviendas, fue la llegada del gas, que venía a complementar inicialmente las cocinas tradicionales de carbón y leña y posteriormente a suplirlas, o la del agua corriente y la energía eléctrica, que junto al gas modificaban lentamente, pero de una forma inexorable,

usos domésticos ancestrales. En nuestras calles fue la aplicación del motor de explosión que vino a desplazar a los coches de caballos y, posteriormente, a llenar de vehículos todo el espacio posible. Tal vez esta afirmación pueda resultar un poco exagerada, pero la popularización del coche como medio de transporte ha originado que en nuestros centros históricos haya sido preciso actuar para compatibilizar la trama ya existente con la necesidad de dar salida a una demanda, tal vez desmedida, del vehículo particular.

Todos estos cambios en nuestros modos de vida han llevado al abandono de muchas zonas e incluso barrios enteros donde, hasta hace relativamente pocos años, se concentraba un importante número de habitantes.

Las consecuencias son diversas; por lo general no siempre buenas para la vida de nuestras ciudades y, por supuesto, de nosotros, los vecinos que vivimos en ellas.

Citaré solo algún ejemplo de las consecuencias desastrosas que ello originó y que seguimos sufriendo: el barrio pierde su población, se cierran los comercios tradicionales y mercados que existían en él; se abandona el cuidado de las casas y edificios particulares; sin solución de continuidad emergen colectivos de población marginal que se van adueñando de la vida del



barrio con el grave perjuicio que ello origina a los antiguos vecinos que aún permanecen en él, por lo general personas mayores, hechas a la vida que tenía dicho barrio años atrás, personas con pocos o escasos recursos económicos a las que salir de su entorno les supone un gasto superior a sus posibilidades y, junto a ellos, algún matrimonio joven que ha encontrado una vivienda que se adapta a sus recursos.

Frente a este panorama, la marginalidad ha ganado un espacio que nadie ha reivindicado y que, en algún caso, ha sido favorecido por oscuros intereses como son la prostitución callejera o/y el tráfico y consumo de drogas.

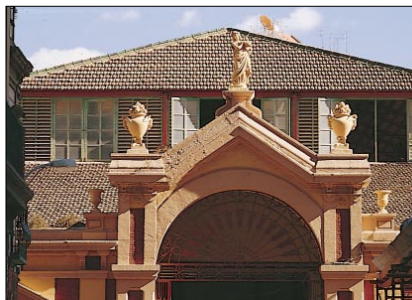
Estas son algunas de las consecuencias de este fenómeno de centrifugado de la actividad en las ciudades desde el centro –el casco histórico– hacia la periferia. Y este fenómeno ha traído consigo la construcción y estructuración de nuestras ciudades de una forma nueva en la que el comercio de nuestras zonas céntricas, tal y como lo conocemos, desaparece para concentrarse en grandes áreas comerciales

PROGRAMAS DE RECUPERACION

Pero volvamos a nuestros barrios históricos, al casco antiguo. Las Corporaciones Locales llevan años trabajando en la recuperación de los cascos antiguos; inicialmente se actuó en edificios singulares y con un especial valor histórico y artístico.

Al cabo de algunos años se ha comprobado, en muchos casos, que este tipo de actuaciones consiguió un resultado menor que el deseado: construir islas dentro de un mar de abandono y pobreza. La actuación de recuperación chocó con la degradación de todo aquel entorno y la inversión no generó ni un ingreso directo ni la recuperación de las inversiones.

Aunque cabe decir, en descargo de los promotores de estas actuaciones, que la urgencia no permitía esperar a que se pudiera financiar la remodelación y recuperación de toda la zona limítrofe del edificio o monumento rehabilitado.



La experiencia ha permitido sacar conclusiones y proponer actuaciones y planes con más posibilidades de éxito que las anteriores. Ya no se trata de rehabilitar los edificios singulares que más valor e historia de nuestras ciudades atesoran en sus muros, sino de recuperar usos y hábitos que permitan compatibilizar los logros del progreso, conseguidos a lo largo de los siglos, y fundamentalmente en éste, con una utilización continuada de los cascos históricos de nuestras ciudades.

Los atractivos para residir en los nuevos barrios que han ido configurando las ciudades han podido suponer un serio obstáculo a los planes de los poderes públicos, fundamentalmente las entidades locales, y los colectivos interesados en la recuperación íntegra de la vida en los cascos históricos, no con la añoranza de un modo de vida pasado, sino de una opción diferente de la vida para muchas personas que

diariamente tienen que hacer largos desplazamientos desde su lugar de residencia a su trabajo y viceversa, lo que a lo largo del día supone mucho tiempo pese a la mejora en los transportes públicos y la red de comunicaciones.

La redefinición de los servicios, una vez modernizados, para hacer frente con todas las garantías de calidad imprescindibles en estos momentos es la clave fundamental para que la rehabilitación de los cascos históricos suponga la revitalización de toda la zona y para que la vida cotidiana vuelva a ser como en un tiempo que los cambios experimentados en nuestros hábitos hacen parecer más lejano de lo que en realidad está.

Existe el peligro de que los cascos históricos se puedan convertir en algo que la experiencia ha demostrado como fallido en la planificación urbanística: los barrios dormitorio.

Esta posibilidad se corrige de una forma decisiva con una actividad económica localizada en dicha unidad urbana y que viene a ser el objetivo final de la rehabilitación. La pluralidad de opciones para resolver este posible problema de la falta de actividad económica tiene que articularse de forma coordinada por los poderes públicos y la iniciativa privada, ya sea a título individual o con asociaciones de empresarios y comerciantes entre otras posibilidades de colaboración.

MERCADOS DE ABASTOS

Si hacemos memoria, el mercado o la plaza del mercado era hasta hace muy pocas décadas el punto de encuentro cotidiano de los vecinos que acudían a comprar los víveres y productos de primera necesidad.

Existen muchos de estos mercados que son ejemplo de la arquitectura de su tiempo y que, por el paso de los años, han sufrido un deterioro importante. Ultimamente, sin embargo, desde los Ayuntamientos se han iniciado, desde hace unos años, recuperaciones y consolidaciones de estos singulares espacios de nuestra vida diaria, que en muchos casos han supuesto un feliz





reencuentro con algo que estaba ahí pero en lo que no habíamos reparado, tal vez por la mala conservación del mismo o por el estado obsoleto de sus instalaciones.

Todas estas actuaciones vienen a mejorar el servicio y la oferta del comercio en esas zonas donde la vida cotidiana se había visto más dañada por todo lo que supusieron los cambios de hábitos de las últimas décadas; zonas a las que el comercio de las grandes superficies –supermercados e hipermercados– han hecho perder una parte nada despreciable de clientela y que, en la actualidad, busca las formas de corregir la situación para tener una mayor concurrencia de ofertas y un mejor servicio al usuario.

La década de los años ochenta supuso el momento de la aparición de las grandes superficies en el extrarradio de nuestras ciudades, un modelo muy consolidado fuera de nuestras fronteras que suponía un peldaño más en la cultura del automóvil particular.

Pero, al mismo tiempo, un porcentaje importante de establecimientos tradicionales cerraba sus puertas ahogado por la fuerte competencia de este nuevo tipo de actividad económica que venía a sumarse a la ya existente de los supermercados y que ya había empezado a dañar el comercio tradicional, al tiempo que se consolidaba el fenómeno de la emigración desde el centro de las ciudades hacia la periferia e, inclu-

so, hacía los pueblos más próximos de las grandes ciudades.

Es preocupante que desde 1988 hasta 1994 hayan desaparecido el 33% de los comercios tradicionales. Pero también hay que constatar que el proceso de creación y destrucción del pequeño comercio ha sido muy intenso. Así el 10% de los establecimientos tienen menos de 5 años de antigüedad y el 29% menos de diez años.

Con estos pocos datos podemos hacernos una idea de la volatilidad que se produce en este tipo de negocios, con lo que ello supone para el empleo, el consumo y, en resumen, para la creación de una riqueza a la que este sector aporta porcentajes muy significativos respecto al PIB (producto interior bruto) y el empleo.

La conjunción de estos dos planteamientos: mejora de los cascos históricos y encardinación de los mercados municipales en esos espacios, es algo que en Europa se vivió después de la 2ª Guerra Mundial, en la que medio continente quedó arrasado y tuvo que ser recuperado en profundidad, al tiempo que se ponían los cimientos para el resurgimiento del mercado municipal y los pequeños comercios en los cascos históricos

Son los Ayuntamientos los que se plantean fundamentalmente este doble objetivo: recuperar los cascos históricos y que los tradicionales mercados municipales de abastos vuelvan a tener un

espacio dentro, fundamentalmente, del sector alimentario, que ellos y el pequeño comercio de raíz familiar habían perdido. La solución, como ya se ha avanzado anteriormente, no puede ser sólo con aportación municipal, sino que el sector privado tiene un papel de gran importancia que asumir, tanto en la recuperación como en la gestión y en algo que cada día es más imprescindible: la mejora en la atención al cliente.

Si la recuperación de los cascos históricos tiene como uno de sus objetivos que los edificios y viarios rehabilitados recuperen la función y vuelvan a dar el servicio para el que se construyeron, o bien para nuevos usos compatibles o sustitutivos de las actividades últimas antes de iniciar las obras y actuaciones de recuperación, otro objetivo fundamental es el de reconquistar unas cotas de mercado que a lo largo de las últimas décadas perdieron los establecimientos existentes en estos barrios y que, en muchos casos, motivaron la desaparición de la actividad comercial en favor de otro tipo de comercio, frente al que los pequeños comerciantes no pudieron presentar una estrategia que les permitiera contrarrestar la eclosión de nuevas fórmulas de venta en las que las pequeñas superficies estaban llamadas casi inevitablemente a desaparecer.

CALIDAD DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

La calidad de servicio y una atención directa y personalizada al cliente es hoy en día una exigencia de toda empresa que se dedique al sector de servicios.

Esta calidad integra todo, desde la imagen y organización del local hasta el trato del dependiente al cliente. En este sentido las Corporaciones Locales, en colaboración con otras Administraciones y entidades privadas, trabajan en una actualización continuada de la formación de los empresarios y trabajadores que se ocupan en este sector tan amplio de los mercados de abastos y el pequeño comercio.



Cursillos de atención al público, motivación laboral, seguridad en el trabajo, fomento del asociacionismo del pequeño y mediano empresario, son, entre otros, algunas de las disciplinas que se dan a estos colectivos para mejorar su capacitación profesional y conseguir el doble objetivo de mejorar su nivel competitivo frente a otros tipos de comercios y ganar cotas de mercado que proporcionen un mayor ingreso por punto de venta.

Los mercados municipales de abastos durante los últimos años han sido reformados en profundidad mejorando tanto el aspecto externo del recinto existente en todas nuestras ciudades –ejemplo de la arquitectura civil de finales del siglo pasado o principios del actual–, como el diseño de los puestos y puntos de venta.

Se ha puesto un especial cuidado por conservar los principales rasgos de su original construcción, conjugando en la reforma el equilibrio entre el proyecto original y los nuevos materiales para conseguir un resultado sumamente positivo.

Con esta modernización, no sólo se han beneficiado los establecimientos ya existentes, sino que han surgido nuevos puntos de venta junto a los ya tradicionales de fruterías, pescaderías, carnicerías, hueverías, pollerías, charcuterías, etcétera, como las nuevas boutiques del pan, con una variedad y calidad que rara vez podía encontrarse antes, o las tiendas de comida naturalista, las especializadas en productos congelados...

Merece la pena destacar que los mercados municipales de abastos se han abierto a otros tipos de tiendas que antes no se encuadraban dentro de ellos. En la actualidad, no es raro encontrarnos en cualquier mercado con que existe un pequeño establecimiento de ferretería, o de zapatería y reparación del calzado, o bien una pequeña relojería y joyería, o una tienda de ropa de hogar con toallas, sábanas y mantelerías, o un cuidado puesto de flores –ya sean naturales o artificiales–, una tienda de regalos, alguna papelería-librería y hasta tiendas dedicadas a la realización de reformas en la vivienda y



que ofrecen un servicio completo de todos los profesionales que intervienen en una obra de este tipo.

Sobre esta realidad que viven muchos de los mercados municipales de abastos, cabe la reflexión de que el ámbito del mercado ofrece seguridad de todo tipo, así como la oportunidad de una mayor clientela que posiblemente no se tuviera fuera de ese marco. Ello es debido a que el asociacionismo de los pequeños empresarios que trabajan en el mercado hacen más llevaderas todas las obligaciones a que debe hacer frente cualquier profesional independiente de este sector.

Este asociacionismo, como no podía ser de otra manera, consigue que el servicio que presta a sus propios asociados sea mucho más asequible, desde el punto de vista económico, y que se pueda hacer cargo de la defensa de los intereses colectivos e individuales de sus afiliados ante terceros y en los trámites ante las distintas Administraciones públicas.

En este sentido, asociaciones así cada día son más importantes para las propias Administraciones, ya que se convierten en múltiples ocasiones en colaboradores de primera categoría para llevar a cabo actuaciones que, desde las propias administraciones, se haría casi imposible de realizar y, sin embargo, gracias a esta suma de intereses la elaboración de políticas de consumo, comercio, promoción y mejoras

de servicios, asesoramiento y puesta en vigor de medidas de higiene en la venta de productos perecederos y otros son conocidos por los propios interesados con la suficiente antelación para realizar las mejoras o cambios necesarios.

EL COMERCIO ES VIDA

En resumen los comerciantes de los mercados de abastos, al igual que los Ayuntamientos, consiguen el beneficio buscado por ambos: la recuperación de una tipología de comercio que estaba perdiendo cota de mercado y la posibilidad de volver a llenar de vida barrios y núcleos urbanos que después de la rehabilitación podían haber quedado como lugares pintorescos, vacíos de vida propia, como poco más que lugar de visita obligada para los turistas.

No debemos dejar de lado nuestra actual situación socioeconómica. Vivimos un momento histórico en el que el control de gasto público de todas las Administraciones, y por supuesto los Ayuntamientos, está dando el fruto deseado: una disminución paulatina del paro, una contención en el índice de precios al consumo en el mejor momento de toda nuestra historia, así como una bonanza en las cuentas generales del Estado, lo que nos obliga a mirar con optimismo y confianza en el esfuerzo de todos ante la próxima incorporación de España a la moneda única de la Unión Europea.



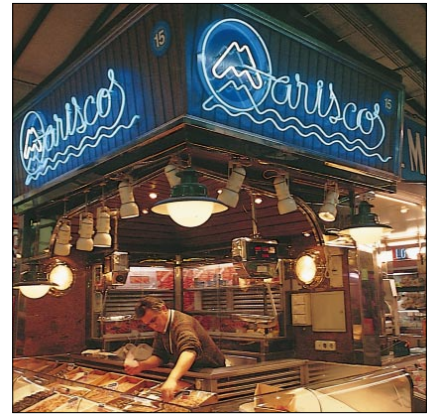


Nos encontramos ante un mercado sin fronteras de más de trescientos millones de potenciales clientes que, de alguna forma, influirán en los establecimientos de los mercados de abastos. Tal vez, con más productos de fuera de España, pero igualmente con la posibilidad de acceder a nuevos tipos de ayudas para la mejora de las infraestructuras y servicios, y con la

posibilidad de intercambiar experiencias e ideas con otros comerciantes de los países de la Unión y saber como han resuelto ellos problemas similares o iguales a los que se nos puedan haber planteado a nosotros.

De igual forma que los Ayuntamientos y las Comunidades Autónomas mantienen reuniones periódicas para ser tenidos en cuenta como Administración más próxima a los administrados, y de estos foros de encuentros salen planes que ya habían sido llevados a cabo en algunas otras ciudades igualmente se debe trabajar desde el asociacionismo de las empresas y profesionales que se ocupan en los mercados municipales de abastos.

En fin, la historia se escribe día a día con el trabajo de muchos que creen que siempre se puede mejorar y aprender de anteriores experiencias y que el progreso no está reñido con nuestras más profundas raíces y conservación de



un patrimonio urbano, que sin ser monumental en muchas ocasiones, si es un claro reflejo de quienes fuimos en un tiempo ya pasado y de quienes queremos ser en el futuro. □

ISAURA LEAL FERNANDEZ

Directora del Area de Ordenación del Territorio.
Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)

SALIMAN

Salón de Alimentos Manchegos

24 al 27 de Septiembre de 1997

PABELLON FERIAL DE CIUDAD REAL

Organiza:



FUNDACIÓN
EMPRESARIAL
DE CIUDAD REAL

Ronda de la Mata, 1 - Bajo.
Tfno.: 926-227308
Fax: 926-223850
PABELLON FERIAL
Tfno.: 926-216910 Fax: 216911

COLABORAN

