



MERCADO CENTRAL DE ABASTOS DE ÁVILA

Situado en el centro histórico de la ciudad castellana, en la calle Comuneros, el Mercado Central de Abastos de Ávila tiene su antecedente en el mercado diseñado en 1893 por el arquitecto Enrique María Repullés y Vargas (Ávila, 1845 † Madrid, 1922), miembro de la Real Academia de San Fernando. Como en otras ocasiones en distintos municipios españoles, el objetivo era abrir en el núcleo urbano de Ávila un espacio ordenado e higiénico que normalizara la venta al aire libre de productos perecederos de consumo diario de la población residente en el núcleo central de la ciudad.

El Mercado de Central Abastos de Ávila, en su momento de máximo esplendor, ocupaba una superficie de 2.000 metros cuadrado divididos en dos plantas de 700 y 1.000 metros cuadrados, respectivamente.

La oferta principal estaba compuesta por carnicerías, pescaderías y fruterías a través de sus 41 puestos, de entre 15 y 20 metros cuadrados cada uno. Los proveedores, sobre todo de carnes, eran productores locales que encontraban en el Mercado de Abastos la estructura idónea para distribuir sus productos criados en el propio territorio.

Durante décadas, el Mercado de Abastos de Ávila fue el referente de la alimentación perecedera de la ciudad.

Complementaban la oferta comercial del centro histórico las pequeñas tiendas ubicadas en la plaza del Mercado Chico y la plaza del Mercado Grande, respectivamente.

La expansión de la ciudad de Ávila se produce fundamentalmente a partir de la década de los años 60 con la construcción de viviendas de protección

oficial que vieron crecer varios barrios extramuros.

En estos años el Mercado de Abastos vive su época de esplendor comercial; sin embargo, la llegada a la ciudad de las grandes cadenas de distribución a partir de los años 80 fue empujando hacia una lenta pero sostenida crisis al pequeño comercio de calidad de la ciudad. El Mercado de Abastos no ha sido ajeno a esta dinámica. Hay que añadir el envejecimiento de la población residente de su zona de influencia y la reubicación en los nuevos barrios extramuros de Ávila de la población joven en edad laboral como causas que han coadyuvado a la paulatina pérdida de la hegemonía comercial del Mercado de Abastos y del pequeño comercio establecido en los barrios del centro histórico.

Poco a poco el mercado ha ido perdiendo clientela, y como consecuencia de ello los comerciantes han ido abandonando sus puestos profundizando el envejecimiento sostenido de la edad media del gremio y dificultando la necesaria renovación generacional. La segunda planta del mercado ha sufrido especialmente esta situación, de tal forma que a lo largo de los años 90 fue vaciándose. La oferta de alimentación fresca fue concentrándose en la planta baja, a pie de calle, la de mayor funcionalidad en relación a la clientela de mayor edad que ha permanecido fiel al mercado como espacio de compra, en parte porque fue la que permaneció residente en los barrios del centro de Ávila. La gran calidad de sus puestos de alimentación perecedera, especialmente las carnicerías, no ha sido factor suficiente para elevar el movimiento comercial del mercado en su conjunto.

La gestión del mercado sigue dependiendo del Ayuntamiento, que posee en régimen de propiedad los espacios comerciales a cambio de un arriendo mensual.





En el año 2001 se inaugura un gran centro comercial a las afueras de Ávila, a dos kilómetros del centro, añadiendo unas 50 tiendas de diferentes gremios, lo que rubrica la traslación del centro de gravedad de las ventas de productos perecederos hacia la periferia de la ciudad. La compra integral, la facilidad y comodidad en la utilización del transporte privado y la mejor adaptación de la oferta comercial en horarios y oferta de estos grandes centros comerciales dificultan la recuperación del dinamismo comercial del Mercado de abastos de Ávila.



También en el año 2001 comienza el proyecto de peatonalización de los barrios del centro histórico de Ávila y la rehabilitación urbanística de los mismos. El objetivo era incentivar la vuelta a los barrios del centro de la población y por tanto densificar socialmente el centro de la ciudad. En las últimas décadas, los barrios



del centro habían ido perdiendo paulatinamente población, permaneciendo crecientemente deshabitados y poblacionalmente envejecidos. La rehabilitación de viviendas para facilitar la residencia y vuelta al centro de población joven no ha tenido un reflejo en la dinamización social y comercial del Mercado de Abastos. Las instalaciones han seguido deteriorándose y los comerciantes del mercado, junto con los responsables de la concejalía de Comercio del Ayuntamiento, no han sido capaces hasta el momento de lanzar un claro mensaje de confianza que diera forma a un proyecto de dinamización social y comercial del Mercado de Abastos. De hecho, la iniciativa de mayor relevancia para el Mercado de Abastos llegó a lo largo del año 2004/05, cuando el consistorio propuso la creación de un “vivero de empresas” para la ciudad,





proponiendo su ubicación en la segunda planta, prácticamente deshabitada, del Mercado de Abastos.

Seis años después de la puesta en práctica de esta iniciativa, el balance es más bien pobre para el mercado, ya que este vivero de empresas no ha aportado apenas movimiento ni ha supuesto una dinamización del espacio comercial del mercado. Evidentemente, una actividad y oferta tan alejadas de las prácticas sociales y comerciales con las que se identifica un mercado, difícilmente podían relanzar la actividad del mismo. Un mercado municipal requiere para su dinamización planes colectivos específicos, perfectamente planificados y coordinados entre los diferentes protagonistas –comerciantes, vecinos y Administraciones públicas– para lograr su renacimiento en el marco de un proyecto social de vertebración y fortalecimiento a medio y largo plazo de su espacio social de influencia, en este caso los barrios del centro histórico intramuros de la ciudad de Ávila.

Y sin embargo, los puestos, sobre todo las carnicerías del Mercado de Abastos, son hoy referente comercial de la ciudad por su cuidada calidad y atención. La relación de estos comercios con la producción local de carnes de calidad de la provincia logra poner en valor su oferta y atención. Ante la falta de planes colectivos coordinados, ésta es la única forma que le queda a los comerciantes del otrora floreciente Mercado de Abastos de Ávila de acercarse a una población que paulatinamente vuelve a revivir el centro de la ciudad y, por qué no, quizá también algún día, una de sus instituciones emblemáticas: su Mercado de Abastos.

Juan Ignacio Robles

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