



## EL MERCADO NORTE DE BURGOS

El Mercado Norte de la ciudad de Burgos está situado en la orilla norte del río Arlanzón. Forma parte del conjunto de tres mercados municipales con los que cuenta la ciudad: El Mercado Sur, al sur del río y recientemente remodelado; el Mercado G9, situado en el barrio de Gamonal, y el mercado Norte. Cada uno de estos tres mercados tiene su propia historia y ha seguido un destino diferenciado; sin embargo, los tres comparten desde hace una década, aproximadamente, sendos procesos de profunda remodelación estructural y comercial bajo la influencia de la filosofía comercial de la Federación de Comercio de Burgos y Mercasa, en colaboración con la parte más activa de sus asociaciones de comerciantes.

Tras el éxito de la remodelación del mercado Sur de Burgos (ver artículo en

*Distribución y Consumo*, 151, 2009), los comerciantes del Mercado Norte y del Gamonal pensaron que ellos también debían encarar un proceso semejante de remodelación si querían sobrevivir. En el actual y competido espacio comercial de alimentación de la ciudad de Burgos, sobrevivir significa aspirar a liderar el espacio comercial en todas sus facetas. La apuesta de todos los actores implicados es hacerlo desde la innovación en los campos comercial, estético, arquitectónico y tecnológico.

El Mercado Norte está situado en la plaza de España de la ciudad de Burgos, una plaza amplia y soleada en la zona del Ensanche de la ciudad, cercana a los barrios del casco viejo de Burgos. Su situación es privilegiada y así supo ponerlo en valor el mercado durante sus primeros veinte años de existencia, desde 1968 en



que fue inaugurado. El Mercado Norte fue el núcleo de la distribución alimentaria fresca y envasada de la zona durante estas dos primeras décadas. La llegada en los años 90 de los supermercados e hipermercados a la ciudad, junto con los cambios de vida, hizo que el mercado comenzara a perder clientela de sus barrios de influencia. A las puertas del cambio de siglo, en 1999, el Mercado Norte vivió una importantísima remodelación estructural valorada en unos 400 millones de las antiguas pesetas. Esta remodelación hizo más cómodos los accesos al mercado, mejoró la iluminación interior, unificó los espacios de cada gremio. Sin embargo, las carencias

constructivas estructurales del edificio permanecieron y, sobre todo, no se encaraban tampoco las reformas organizativas del mercado, cuya gestión seguía recayendo íntegramente en el Ayuntamiento de Burgos. Y, sin embargo, la valía estratégica y comercial del Mercado Norte de Burgos era incuestionable. La valoración y vida del Mercado Norte seguía siendo muy elevada por parte de la clientela de la ciudad. El posicionamiento comercial del Mercado Norte seguía siendo envidiable, ya que una parte de sus aproximadamente 60 operadores ofrecía una oferta alimenticia de gran calidad en carnes, pescados, frutas, etc. Todo ello en un espacio nuclear de la ciudad de Burgos. Tal es así, que en la legislatura municipal de 2007 el Ayuntamiento de Burgos decide afrontar una remodelación radical del mercado que solucionase sus problemas estructurales. La idea era derribar el mercado y construir uno de nueva planta. Sin embargo, meses después, ya en el año 2008, y de forma inesperada para los propios comerciantes y actores del comercio de Burgos, la concejala





responsable decide comenzar los trámites administrativos para adjudicar el nuevo mercado al proyecto presentado por una empresa desconocida de promociones inmobiliarias, Pygsur. El diseño de esta empresa proponía un centro comercial dividido en bloques arquitectónicos diferenciados, para tiendas de ropa, para oficinas y administración y para mercado, respectivamente. El mercado quedaba diluido, ocupando una superficie marginal y perdiéndose la idiosincrasia propia del Mercado Norte de Burgos. En la fase de alegaciones, la Asociación de Comerciantes del mercado se reactivó y de la mano de la Federación de Comercio de Burgos (FEC), denunció la desaparición implícita del mercado, el escaso espacio concedido y toda una serie de carencias de servicios imprescindibles para el desarrollo del mercado respecto a inexistencia de espacios para carga y descarga, tratamiento de residuos y un largo etcétera.

En esta difícil tesitura, la FEC junto con la Asociación de Comerciantes presentaron un proyecto alternativo de la mano de Mercasa, inspirado en lo realizado en el exitoso caso del Mercado Sur. Era un proyecto real de mercado con voluntad de liderazgo. Aunque el proyecto no fue tenido

en cuenta por la Administración municipal en un primer momento, el fuerte debate y la tensión generada sobre la importancia del mercado como espacio vertebrador del espacio urbano fue abriéndose paso y con él el proyecto, o al menos los planteamientos de todos los actores endógenos que realmente y la importancia del pequeño comercio para la ciudad de Burgos. La legislatura municipal tocó a su fin y el equipo de gobierno municipal, ante la numantina defensa del modelo de mercado en un marco de profunda crisis económica, decidió aparcarse la decisión final. El nuevo equipo de gobierno municipal se ha mostrado mucho más receptivo a las tesis de sus propios





vecinos, y comerciantes de la Asociación del mercado y de la Federación de Comercio (FEC). Por su parte, el proyecto presentado por Pygsur se ha ido diluyendo y sus referentes empresariales se han desinflado, mostrando que el proyecto era un gigante arquitectónico sin base social y comercial en la ciudad de Burgos.

Este episodio deja varios ángulos interesantes. El primero de ellos la cerrada defensa por parte de la Federación de Comercio de Burgos del modelo de ciudad articulada y densa socialmente que se corresponde con el modelo de mercado que ha defendido de forma creíble y eficaz ante las Administraciones competentes, independientemente del color político de las mismas. La FEC de Burgos es un importante referente, que agrupa a importantes operadores comerciales de la ciudad y de la provincia de Burgos. Entre sus iniciativas destaca la creación del innovador I3COM, Centro de Investigación, Innovación e Información Comercial que se constituye en el año 2011 como “centro demostrador que promueve el desarrollo de soluciones tecnológicas destinadas a la distribución comercial. La búsqueda y materialización de respuestas se lleva a cabo mediante la integración del conocimiento de las empresas vinculadas al Centro de Innovación Comercial, bajo la coordinación del Instituto de Estructuras Comerciales y la dirección de la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos” ([www.i3com.es](http://www.i3com.es)). Hay que añadir que el centro logra articular a distintos actores sociales clave como la Universidad de Burgos, el empresariado de la provincia y las Administraciones públicas, bajo el objetivo común de mejorar la

competitividad y servicios de los comerciantes de Burgos, incluidos los mercados. El Centro de Innovación Comercial es un elemento más, aunque no menor, que contribuye a elevar la densidad institucional del sector comercial de Burgos y que facilita el intercambio de ideas y proyectos. No podemos olvidar que Burgos y su provincia, por su ubicación privilegiada entre la Cornisa Cantábrica y la meseta central, ha jugado históricamente un papel fundamental como espacio visagra, centro de distribución y núcleo de una poderosa industria agroalimentaria con proyección nacional e internacional.

Es desde esta perspectiva que se entiende el rol de la FEC y la importancia y legitimidad del Centro de Innovación, que se desarrolla en un espacio de enorme densidad social constituido por una gran cantidad de profesionales de los distintos gremios del comercio de Burgos. Este centro de investigación, por tanto, es ante todo un espacio de creación, intercambio, diseño y difusión de respuestas tecnológicas para el pequeño comercio totalmente vanguardista en nuestro país. La filosofía de los proyectos en los que se embarca la FEC respecto a los mercados municipales se corresponde con esta línea de actuación y tiene como objetivo la creación de lo que ha venido en llamarse “mercados inteligentes”. Esto es, sobre la base de operadores con suficiente capacidad de oferta mercantil y financiera, dotar al mercado de todas las infraestructuras tecnológicas necesarias para facilitar distintas formas de compra, pago, entrega e información para una clientela conectada a la nuevas tecnologías, independientemente de





su edad, nacionalidad, ubicación o género. La propuesta para el Mercado Norte se construye sobre estos parámetros. Por el momento el proyecto ha quedado pospuesto dado el elevado presupuesto que requiere. Las Administraciones han preferido dar prioridad al Mercado G9 del barrio de Gamonal, de menores dimensiones y con menores complicaciones financieras y organizativas. Todo este complejo proceso ha hecho ver a una parte de los comerciantes del Mercado Norte la necesidad de moverse y luchar conjuntamente por su mercado o desaparecer como operadores comerciales y agentes sociales de esta parte norte del río. La fortaleza del mercado es incuestionable, ya que, a pesar de los avatares de la última década, los pasillos están llenos, tres cuartos de los puestos ocupados y los mostradores ofrecen la variedad de productos de calidad que tanto valoran los clientes, ante todo en pescados y carnes. La profesionalidad de los comerciantes es salvaguardia de su futuro, pero no es suficiente. Solamente si son capaces de articular un proyecto común y colectivo, apoyándose en la densa red institucional que los apoya,



podrán desarrollar ese soñado proyecto de Mercado Norte del siglo XXI. Por el momento, al menos la mitad de los comerciantes tiene la capacidad e intención de luchar por el nuevo proyecto, no es poco. Se requiere capital y espíritu innovador y de lucha, sin olvidar la capacidad de interacción con la clientela, que es la base que da sentido y diferencia todo mercado como institución social y comercial. La tecnología es un medio para facilitar esta interacción, pero en ningún caso puede sustituirla, ese es el hecho diferencial que permite que en nuestro país aún existan los pequeños operadores. Evidentemente, una interacción basada en la profesionalidad y la confianza. El proyecto de remodelación del Mercado Norte tendrá que esperar un par de años a que amaine la crisis; sin embargo, el tiempo ha despejado dudas sobre su futuro y aclarado el concepto de mercado que quiere la ciudad en correspondencia con el modelo de ciudad por el que los burgaleses y burgalesas han apostado.

**Juan Ignacio Robles**

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