



MERCADO DE MARAVILLAS. MADRID

Hace ocho años escribíamos nuestro primer artículo sobre el Mercado de Maravillas, uno de los más grandes y emblemáticos de la ciudad de Madrid. (<https://www.mercasa.es/publicaciones/distribucion-y-consumo/113>). Escribimos ahora el segundo artículo sobre este mercado, lo que nos permite por primera vez añadir una dimensión diacrónica al somero análisis que hacemos en esta sección.

La historia del mercado es bien conocida y puede ser consultada en su página web (<http://mercadomaravillas.eu/nosotros/nuestra-historia/>).

Solamente recordar que es un mercado profundamente enraizado en el distrito de Tetuán, barrio de Cuatro Caminos, muy popular y con enorme solera en el centro de la ciudad; situado en la periferia norte de la

almendra central; en la extensión urbana que viviera la ciudad de principios del siglo XX, bajo el reinado de Alfonso XIII.

En la actualidad el mercado alberga más de 200 comercios en un espacio luminosos y diáfano, bien climatizado y con suelos lisos que permiten el uso de carritos de compra con ruedas, lo que facilita enormemente la movilidad al interior del espacio. Más

de 20 gremios componen la diversidad comercial del mercado.

Entre las 28 carnicerías del mercado hay una variedad que atiende a todo tipo de bolsillos y calidades. Las hay enteramente especializadas en distribución de carnes de calidad como las procedentes de Cáceres (Almaraz), y que se comercializan bajo la marca “Encinares de Humienta”. Toda una red de producción de carnes de vacuno de calidad que los minoristas de mercados distribuyen en un 10% aproximadamente. Calidad de los productos en origen y profesionalidad de comerciantes del mercado, encuentran una imagen de marca compartida. (<http://www.enciarsa.com/>).

Los productos de cercanía se han convertido en un leit motiv de la distribución alimentaria de calidad, que tiene a los comerciantes de los mercados como aliados cada vez más destacados. Es el caso de toda una serie de carnicerías del mercado, que se abastecen de este tipo de productos: vacuno de la Sierra de Guadarrama, cordero y cabrito de Castilla León, etc. (<http://tomacarne.es/tienda/>).

El dinamismo del gremio de carnes del mercado es muy notable. Otra variante son los comerciantes que apuestan por ofertas de productos ya semi-elaborados con recetas de enorme calidad que los distinguen; lean la presentación que hace de sí misma una de estas carnicerías:

“Hacemos cortes especiales como solomillo de cadera, cogollo de babililla, roast beef, presa de ternera, hamburguesas con piñones y jerez; y otras especialidades que nos hacen diferentes. Postdata: cualquier carnicería del mercado le dará calidad y profesionalidad, si ha elegido usted la nuestra, gracias por su diferencia”.

El siguiente gremio en importancia por número y peso es el de pescados. El mercado alberga 18 pescaderías. Como muchos de los mercados



de Madrid, reciben a diario pescado fresco de todas las costas españolas. Algunas de las pescaderías están especializadas en productos como merluzas de anzuelo y mariscos de roca. Sin embargo, el mercado está en un distrito y barrio popular, por eso, algunas de las pescaderías se adaptan a un público con menor poder adquisitivo pero que busca un trato profesional y personal. Uno de los párrafos de presentación de una de las pescaderías dice lo siguiente: “Pescado fresco a precio de lonja especialista en dorada, lubina y salmón”

(<http://mercadomaravillas.eu/comercios-asociados/pescaderias/>).

En esta misma línea podríamos seguir subrayando la oferta del resto de gremios representados: pollerías, fiambres y quesos, panaderías, casquerías, herbolarios y frutas y verduras. Merece especial atención este último gremio, con una presencia contundente de 24 fruterías en el mercado. Nuevamente, un gran número de ellas se especializan en productos de gran calidad que requieren extremo conocimiento: setas, frutas y verduras del terreno y de temporada.

En este punto y en relación a este gremio, es imprescindible mencionar uno de los factores que definen la identidad del Mercado de Maravillas: la variedad y diversidad de nacionalidades de los comerciantes que atienden a una población nacida en muchos puntos del mundo y residente hoy en el barrio y el distrito. Como decíamos en el artículo anterior, el Mercado de Maravillas fue pionero en su adaptación a la diversidad cultural del barrio y de la ciudad de Madrid. Esta particularidad nunca fue problema, sino que fue convertida en una clara oportunidad de intercambio para los comerciantes del mercado. A día de hoy, este distrito de Tetuán tiene un porcentaje de población nacida en el extranjero del 28%. En las últimas décadas, la latinización del barrio ha sido creciente. El mercado es como un puerto en medio de la



ciudad, que recibe a las comunidades que van arribando. Si en los años 2000 fue la comunidad ecuatoriana la más numerosa, diez años después es la población de origen venezolano la que puebla con varios comercios de éxito el mercado. Arepas, hallacas, una masa de harina rellena de carne, tequeros, etc. El mercado, con hasta siete comercios de origen latino, que se definen como tales, es una referencia de la oferta gastronómica latina en la ciudad y Comunidad de Madrid. Estos comerciantes tienen especial representación en el gremio de frutas y verduras de origen latino.

(<http://mercadomaravillas.eu/comercios-asociados/productos-latinos/>).

Finalmente, la oferta de bares y restaurantes en el mercado ha ido ganando poco a poco presencia y visibilidad. Hasta siete espacios de este tipo ofrecen sus servicios. Todos ellos subrayan su relación con los productos frescos y de calidad del mercado. (<http://mercadomaravillas.eu/comercios-asociados/bares/>).

“Preparamos a diario un menú con ingredientes de gran calidad, pues tiene suerte de estar en el mercado y eso es una garantía de buen producto”.

Esta tarjeta de presentación de uno de los gastrobares sintetiza a la perfección la oferta distintiva que caracteriza estos espacios. Tienen su lugar y forman parte del mercado, sin pretender absorberlo hasta desnaturalizarlo, como está sucediendo tristemente, en otros mercados de Madrid y de España.

Lo característico del Mercado de Maravillas es que esta integración multicultural de personas y productos de alimentación se ha realizado de forma muy armónica, manteniéndose las señas de identidad tradicionales propias del mercado. Maravillas es metáfora de la ciudad de Madrid: una ciudad de aluvión donde todos y cada uno encuentran su lugar.

Este último párrafo, recogido de nuestro artículo del año 2010 sigue vigente casi diez años después.

Evidentemente, no somos ajenos a los problemas que encara en estos años el mercado, en relación, sobre todo, a la siempre competencia de otros formatos que le rodean, y al reto de su mantenimiento estructural y las mejoras arquitectónicas que han de afrontar los comerciantes, que son su gran desafío actual.

Sin entrar en profundidad en esta cuestión, que merecería un verdadero artículo en profundidad, una cosa es cierta: los comerciantes del Mercado de Maravillas van a defender su mercado y luchar por él. Su compromiso y espíritu colectivo (una realidad que es un tesoro a considerar como valor) debe ser acompañado por todas las administraciones públicas con competencias de comercio en Madrid. El Mercado de Maravillas va a vivir, porque si muere, una parte de la ciudad muere con él. Ojalá dentro de diez años podamos escribir el tercer artículo del Mercado de Maravillas de una ciudad, viva, dinámica, diversa y plural: Madrid.

Juan Ignacio Robles
Profesor de Antropología Social
Universidad Autónoma de Madrid.

