



# MERCADO DE CHAMARTÍN. MADRID

Una palabra define el Mercado de Chamartín desde su nacimiento en 1962: Creer, creer y creer, en lo que son como mercado municipal de abastos de alimentación fresca, nada más, pero nada menos.

Esto ha significado una continua inversión, diaria, año tras año, en la mejora de los espacios y servicios comunes, en la optimización de cada uno de los puestos individuales; la suma colectiva resultante como mercado es

más que la suma de los esfuerzos individuales. Esto es un mercado, esto es el Mercado de Chamartín.

Lo primero ha sido creer en la calidad de la alimentación y los productos frescos por sí mismos guiados por profesionales con años y años de experiencia, sin embargo, siempre en la ola de la innovación y la mejora.

No hay un solo puesto libre en el mercado. La renovación generacional en todos y cada uno de los puestos es

plena, ensayándose múltiples fórmulas de traspaso: a familiares directos o indirectos, a empleados trabajadores durante generaciones que se asocian para recibir conjuntamente la concesión municipal del ayuntamiento de Madrid y seguir adelante con el comercio.

Esta es una cara positiva de la libertad y flexibilidad tan propia de las ordenanzas de mercados municipales de Madrid.



Por ejemplo, en el caso del gremio de carnes, la carnicería de Cesáreo, es referencia por este tipo de traspaso. Creo que es la primera vez en todos estos años que llevo recorriendo los mercados españoles que me encuentro con esta fórmula de traspaso. Tras años trabajando como equipo con el fundador de la carnicería, Cesáreo, han sido los trabajadores los que se asociaron hace años para seguir con el negocio tras su jubilación. Y allí están, el puesto es espectacular, luminoso, amplio, limpio, acercarse es garantía de calidad, son cosas que se ven sin preguntar, y no hay que ser demasiado intuitivo. Te sientes una persona privilegiada al ser atendido por estos profesionales y comprar algunas de las piezas en las que están especializados, buey, sobre todo, pero con garantía del sello IGP (Indicación Geográfica Protegida).



Así es la carnicería de Cesáreo, que pongo en este artículo como ejemplo, pero las diez restantes que componen el gremio de carnes en el Mercado de Chamartín funcionan con los mismos criterios. Todas ellas son calidad y profesionalidad, eso ya queda dicho, pero, da gusto ver el diseño siempre innovador de la Carnicoteca, los productos de León de Domingo, el cordero lechal segoviano de Elías, las terneras de Ávila de Juan y Santi, los cortes argentinos de Juan y Antonio, las carnes de Kobe delicatessen de Peña Madrid, el museo de las carnes autóctonas de Raza Nostra, nacida en este mercado de Chamartín, las terneras de Castilla de Santiago Marín, las carnes asturianas y de Guadarrama de Siñeriz Astur. (<https://www.mercadodechamartin.es/madrid/los-puestos/carnes/>)



El gremio de pescados y mariscos es otro espectáculo en el mercado. Las cinco pescaderías en fresco y los congelados Javier Ollero, alma mater del mercado y fundador de la Federación de Comercio Agrupado y Mercados

de la Comunidad de Madrid, COCAM, conforman la oferta. Este gremio ha sido fiel a la cadena tradicional de distribución: Desde las lonjas en origen de toda España y caladeros del mundo, llegan los mejores pescados a Mercamadrid, allí los pescaderos, de madrugada compran lo más selecto para el mercado. Su clientela es exigente y tiene capacidad de compra, sabe y puede. Este gremio, representa el éxito de esta cadena tradicional en la que hay que seguir creyendo, porque representa calidad, un trato cuidadoso, preocupación por la salud pública, por la gente.

El Mercado de Chamartín está rodeado por 11 supermercados, un hipermercado e infinidad de tiendas de alimentación, muchas de ellas fruterías autoservicio. Sin embargo, las fruterías del mercado, directamente vinculadas a los productos de tempo-

rada y agroecológicos, son tendencia insuperable. Por una sencilla razón: la manipulación del producto se ciñe en exclusiva a los profesionales que día a día eligen y colocan con extremo esmero el producto. Nadie toca, es sagrado, solamente las manos expertas. El producto no se amon-tona, está cuidadosamente colocado para que no sufra, se ofrece en el punto exacto de maduración que pide el cliente, eso no está a la altura de cualquiera. Parecen factores obvios que los que tenemos ya algunas canas hemos visto en los mercados desde que éramos niños, pero que hemos ido olvidando en nuestro estresante día a día. Los fruteros del mercado de Chamartín hacen que no nos olvidemos de la sencillez que envuelve la profesionalidad.

La especialización y trato directo de Frutas Charito con huertas de

confianza, fresca de garantía, que complementan con los productos de excelencia que eligen, día a día, madrugada tras madrugada, con los mayoristas de Mercamadrid, en jornadas interminables de trabajo que empiezan allá. Les conozco desde hace años, cuando filmamos uno de los muchos documentales que hemos realizado ([www.etnolab.net](http://www.etnolab.net): <https://youtu.be/01zwKBNfYSk>), me emociona reconocerles igual o mejor, años después. Y así son todos, Jefrán con su huerta y fruta de temporada, Kike y sus productos seleccionados, Rosarito con sus productos traídos directamente del campo, en especial los melones de Villaconejos en temporada, Sole y sus frutas exóticas y hierbas aromáticas, Iglesias y sus habas, guisantes, granadas y nueces desgranadas diariamente; y “la Huerta de Chamartín”, elegida “mejor fru-





tería de mercado 2018”, por su nivel de excelencia y trato a las personas”.

(<https://www.mercadodechamartin.es/madrid/los-puestos/frutas-y-verduras/>)

Aves, charcuterías con el jamón ibérico como producto estrella y tiendas de alimentación que integran una variedad de productos de gran calidad para completar la oferta exquisita del mercado: quesos, mantequilla, cervezas artesanas, ensaimadas, comida para llevar, etcétera, etcétera. Todo ello creyendo, creyendo en lo que el mercado es: alimentación, variedad, calidad, especialización; así hasta dieciséis puestos.

(<https://www.mercadodechamartin.es/madrid/los-puestos/alimentacion/>)

Por ello, el mercado de Chamartín, sus delicados y emprendedores comerciantes, la asociación que los representa, nunca ha querido dejar de ser lo que son, han insistido en ello, colocando, por ejemplo, la oferta gastronómica en un lugar representativo del mercado, pero complementario de lo que define a un mercado: alimentación fresca llevada por profesionales independientes. Cuatro bares y restaurantes también de calidad ocupan un espacio coherente y central en el núcleo de la planta baja. Productos de mercado al servicio de los comerciantes de ali-



mentación y no viceversa. Ofertas no han faltado para cambiar el signo del viceversa, los comerciantes reunidos en su asociación de comerciantes no lo han permitido ni lo han querido.

Desde su nacimiento, el mercado no ha dejado de mejorar sus instalaciones por dentro y por fuera: suelos cómodos y limpios, acondicionamiento térmico, fachada exterior bella y atractiva, accesos cómodos para su clientela, con escaleras mecánicas y ascensor, iluminación cálida acorde con unos puestos excelentes, reciclaje centralizado. Parking propio gratuito para los clientes que se desplazan

diariamente al mercado. Cuando entras en el mercado de Chamartín sientes que estás en un lugar prestigioso, lleno de respeto y calidad, es curiosa esta sensación. Aunque el barrio de Chamartín es lugar de residencia de población de nivel socioeconómico medio alto, sin embargo, hay oferta para grupos sociales de todo tipo que también residen en zonas de influencia del mercado.

La compra presencial sigue significando cuando menos el 70 por ciento de la facturación. El canal Horeca sigue siendo una clientela fundamental de los comerciantes del Mer-

cado de Chamartín que buscan identificarse con la calidad y seguridad del producto que avala al mercado. Un porcentaje en lento crecimiento es el de la venta online y la entrega a domicilio. Cada comerciante lo desarrolla desde hace décadas. No pocos comerciantes del mercado tienen su propio vehículo de entrega, lo que da cuenta de la importancia que tiene la venta y entrega a domicilio. En ningún momento el mercado se ha planteado organizar una venta online a domicilio centralizada por el propio mercado. Sería redundante. En cambio, el mercado sí se ha sumado a la propuesta de venta online centralizada de los mercados de los mercados municipales de Madrid: Madrid 47 (<https://www.mercado47.com/>).

Una iniciativa a la que ya se han sumado cinco mercados de excelencia de la ciudad. Este proyecto, nace bajo la iniciativa de federaciones como COCAM (Federación de Comercio Agrupado y mercados de Madrid, <http://www.comerciomadrid.org/>), que desde hace veinte años, desde la iniciativa asociativa nacida de los propios comerciantes de Madrid, viene cubriendo el espacio institucional necesario para visibilizar, unificar y dar sentido a la marca “Mercados de Madrid”. Este es el modelo Madrid, con sus carencias y virtudes.

Y es curioso, esta ciudad, su Mercado de Chamartín como esencia de Madrid, se hace y sobrevive sobre los esfuerzos de su propia gente: unos comerciantes que, para permanecer, quizá en uno de los espacios comerciales más densos por metro cuadrado, sometidos a una desregulación comercial sin salvaguarda en las últimas décadas, lo han logrado, lo están logrando, porque creen en lo que son, un mercado de alimentación fresca, especializada y profesional, gente digna. Creer para permanecer.

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

