



MERCADO DE NUESTRA SEÑORA DE ÁFRICA. SANTA CRUZ DE TENERIFE

El Mercado de Nuestra Señora de África fue inaugurado en 1943, en pleno período de la posguerra civil española. Es un edificio de arquitectura colonial bautizado con el nombre de “África” en honor a la mujer del general Serrador, máxima autoridad en la isla tras la Guerra Civil. Su construcción se encuadra en el plan nacional de mercados desarrollado durante el primer período franquista y cuyo objetivo era mejorar las condiciones de salubridad de la distribución alimentaria en los núcleos urbanos de todo el territorio español. El nuevo Mercado Nuestra Señora de África venía a modernizar y ampliar el antiguo, situado a 200 metros en dirección al centro de la ciudad. Todos estos nuevos mercados no solamente adoptaban nuevas

normas básicas de limpieza, horarios y organización, sino que al tiempo facilitaban un mayor control de los espacios públicos por parte del Régimen. Un espacio público que la ciudadanía tiende a apropiarse rápidamente en el caso de los mercados, porque en ellos fluye el pulso cotidiano del intercambio social y comercial más popular. Por eso, casi setenta años después, el Mercado de Nuestra Señora de África es reivindicado como uno de los núcleos principales de la identidad comercial y vecinal de la trama urbana característica de Santa Cruz de Tenerife. Pero esta centralidad social, como bien saben sus comerciantes, no es garantía de subsistencia, porque además de institución social, el mercado es ante todo institución comercial y de distribución alimentaria.



Como tal, los primeros problemas empezaron a surgir en la década de los 90, a raíz de la entrada de España en la Unión Europea, hecho que abrió las puertas a las grandes empresas de distribución europea. El desembarco de los formatos súper e hipermercado puso en serios aprietos al pequeño comercio de la isla, forzando la desaparición de algunos mercados tradicionales de la provincia y poniendo en apuros a los mercados establecidos de Santa Cruz.

En el caso del Mercado de Nuestra Señora de África, solamente la reacción de los propios comerciantes ha logrado la subsistencia del mercado. El primer paso fundamental fue dado en 1995, cuando los comerciantes agrupados en Asociación y cooperativa de Comerciantes asumieron la gestión del mercado, con el doble objetivo de agilizar el proceso de toma de decisiones y emprender la necesaria modernización del mismo: modernizarse o



morir. Desde entonces, a iniciativa de la cooperativa, se construyó el centro comercial anexo al mercado especializado en moda y confección, construyendo además un parking de 180 plazas; se integró un supermercado en la planta baja del mercado, dedicado exclusivamente a alimentación seca y envasada; al tiempo, se llevaron a cabo toda una serie de mejoras para modernizar la funcionalidad y estética del mercado: acondicionamiento de accesos, remodelación del suelo y obras de climatización. Finalmente se transformó el mercadillo de ropa y complementos varios aledaño al mercado, la llamada "Rambla Azul", unificando la estética de los desordenados puestos y convirtiéndolos en quioscos de arquitectura tradicional isleña. En definitiva, el Mercado de Nuestra Señora de África se convirtió en núcleo comercial de venta integrada, respetando las ventajas comparativas del pequeño comercio:





calidad, cercanía y profesionalidad del comerciante; pero adaptándose a las pautas de consumo de la nueva clientela: parking, compra integrada, apertura en sábados e incluso domingos, gracias a la consideración del mercado como institución de interés turístico tradicional. De esta forma, el mercado ha logrado diversificar su clientela: entre semana mantiene a los clientes que residen en los barrios del centro (gente mayor tradicional del barrio, jóvenes que van instalándose en el centro y colectivos de población inmigrante, mayoritariamente latinoamericana). Durante el fin de semana logra hacerse con la clientela de entre 35 y

60 años que vive en los barrios de la periferia de Santa Cruz e incluso municipios aledaños, asumiendo una vocación metropolitana. Esta franja de población suele trasladarse en vehículo propio y busca en el mercado la calidad de los productos perecederos y la profesionalidad del comerciante. Al mismo tiempo que realiza cómodamente su compra semanal íntegramente, aprovecha el desplazamiento para disfrutar del centro de Santa Cruz, enriqueciendo y dinamizando la vida urbana del casco histórico. Otra de las ventajas del Mercado Nuestra Señora de África es la diversidad de su oferta; los 228 puestos que componen el



mercado, a los que se suman los sesenta del centro comercial y los treinta y dos de la “Rambla Azul”, ofrecen toda una variedad de precios y calidades, si bien bajo un mismo sello: calidad y tradición con un servicio cómodo y moderno. Por ejemplo, en el año 2007 se puso en marcha el proyecto de modernización de los puestos de frutas y verduras. Como en el caso de los quioscos de la “Rambla Azul”, se ha buscado modernizar los puestos unificando su diseño y adoptando una estética bella y tradicional –expositores inclinados de azulejo tradicional, faroles de cerámica–, y al mismo tiempo una organización más funcional –eliminación de la exposición en cajas fuera del propio puesto–. Al día de hoy, y con las ayudas del Cabildo Insular de Tenerife y el Gobierno de Canarias, ya se ha modernizado el 90% de los puestos de frutas y verduras del Patio Naciente, y se espera que empiecen las obras del Patio de Poniente en marzo del presente año 2009. Otro de los proyectos pioneros del Mercado de Nuestra Señora de África es la puesta en marcha de la Federación de Mercados de Santa Cruz de Tenerife. La intención es doble, por una parte lograr un espacio de coordinación “intermercantil” que posibilite la creación de economías de escala para desarrollar campañas de publicidad y

marketing, y por otra articular un foro de mercados en el que se puedan plantear los problemas particulares de cada mercado y buscar soluciones comunes. La Federación de Mercados de Santa Cruz es un proyecto totalmente original en el ámbito de los mercados municipales españoles, solamente ensayado también por la Federación de Comercio Agrupado y Mercados de la Comunidad de Madrid (COCAM).

En fin, la historia del Mercado de Nuestra Señora de África de Santa Cruz de Tenerife está perfectamente recogida en su propia página web (www.mercado-municipal.com). La sola existencia de esta página web indica la agilidad del mercado a la hora de integrar las nuevas tecnologías que exige el contexto comercial actual, así como la gran capacidad de reacción de los comerciantes y del equipo de dirección del mercado. ■

Juan Ignacio Robles

*Profesor de Antropología Social
Universidad Autónoma de Madrid*