

Los mercados de abastos en la Región de Murcia

JOAQUÍN CRIS MARTÍNEZ
JESÚS A. GÓMEZ RUIZ
PEDRO SECLIRA ARTERO

MURCIA, MARZO 1997



Región de Murcia
Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo

© **Región de Murcia**
Consejería de Industria, Trabajo y Turismo
Dirección General de Comercio, Artesanía y Consumo

Depósito Legal: MU-546-1997

Imprenta Regional de Murcia

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
2. LAS PLAZAS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA	
INTRODUCCIÓN HISTÓRICA Y SITUACIÓN ACTUAL	11
2.1 Los abastos en el Antiguo Régimen: Un modelo feudal	12
2.2 El modelo contemporáneo: regulación y libertad comercial	25
2.3 El mercado de abastos y los hábitos de compra	38
2.4 El comprador murciano y los hábitos de consumo	40
2.5 Bibliografía	49
3. NORMATIVA REGULADORA	51
4. LOS MERCADOS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA	67
4.1 Localización y condiciones de acceso	67
4.2 Tipología y características de los edificios	69
4.3 Funcionamiento	71
5. LOS DETALLISTAS DE LOS MERCADOS DE ABASTOS	73
5.1 Perfil del comerciante	75
5.2 Condiciones del puesto	76
5.3 Relación comercial con el cliente	77
5.4 Valoración del mercado	78
6. USUARIOS DE LOS MERCADOS DE ABASTOS MUNICIPALES	81
6.1 Perfil del usuario	81
6.2 Características de la compra	82
6.3 Funcionamiento del mercado y perspectivas	85
7. PLAN DE MODERNIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES EN MURCIA	87
7.1 Introducción	87
7.2 Justificación	88
7.3 Objetivos	88
7.4 Instrumentos básicos	89
8. DIRECTORIO DE MERCADOS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA	91

Los mercados de abastos en la Región de Murcia

JOAQUÍN GRIS MARTÍNEZ
JESÚS A. GÓMEZ RUIZ
PEDRO SEGLIRA ARTERO

1 INTRODUCCIÓN

La especialización comercial de las plazas de abastos en productos exclusivos de alimentación fresca, siguiendo un modelo comercial de abasto público muy arraigado en el pasado, hoy en día, se encuentra bastante cuestionado por los nuevos formatos de venta. El importante impacto de las variaciones del entorno comercial, por el lado de la oferta, la apertura de grandes superficies polivalentes de alimentación: hipermercados y supermercados grandes de más de 1.000 m². Del lado de la demanda, se consolidan nuevos tipos de unidades familiares y hábitos de compra que generan cambios sustanciales en el modelo de comportamiento de los usuarios. Estas circunstancias contribuyen al descenso paulatino de las ventas en los mercados minoristas de abastos en beneficio de las compras en superficies de libre servicio como supermercados grandes, hipermercados y centros comerciales. Al mismo tiempo, los niveles de rentabilidad general de los puestos de venta de los mercados municipales, con el descenso de su penetración comercial, crea una situación problemática en gran parte de los mercados.

Esta publicación aparte de analizar los antecedentes históricos de estas superficies de venta especializadas, pretende situar la problemática de la venta de los mercados municipales de abastos, a nivel de la región de Murcia, al objeto de ayudar a los agentes institucionales (Ayuntamientos) y económicos (detallistas) a modernizar su funcionamiento desde una perspectiva globalizadora.

La información que se aporta respecto a la situación y estado de los mercados municipales de abastos constituye una importante aportación documental, cara al seguimiento de futuras actuaciones políticas que puedan acometerse sobre este sector minorista del comercio, tan tradicional y arraigado. Se realiza un análisis en profundidad de esta modalidad de distribución comercial, que por su morfología, agrupación de detallistas en un centro común, así como por su funcionalidad y especialización en productos de alimentación perecederos, en determinadas localidades casi imprescindible, podría tener, de cara al futuro, un alto nivel de competitividad frente a nuevas modalidades de distri-

bución comercial en régimen de libre servicio, con la ayuda de un plan de modernización.

Cabe destacar que si bien es una modalidad comercial tradicional en toda España, es en Levante y Andalucía, donde tiene una mayor implantación, más concretamente en Murcia, donde en términos relativos existe un mayor número de mercados municipales de abastos con relación al resto de comunidades autónomas del Estado español.

2 LAS PLAZAS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA. INTRODUCCIÓN HISTÓRICA Y SITUACIÓN ACTUAL.

El comercio es una actividad inherente a la esencia misma de la ciudad o núcleo urbano. Éstos se configuran genéticamente como el lugar que sirve para el intercambio de productos y en el que se polariza la relación contradictoria campo-ciudad en la que ésta articula y organiza el espacio rural sometido a su influencia. Esto se sintió en la base misma del nacimiento y desarrollo de las ciudades. La ciudad es, de forma destacada, aunque no unidimensional, un mercado.

Debido a la importancia de esta función, para garantizarla y asegurar su reproducción, el poder organiza de forma precisa y minuciosa la actividad mercantil. Se trata de institucionalizar y controlar la comercialización del excedente agrario, la detracción tributaria que sustenta al poder mismo, el abastecimiento de la población urbana que permite la división del trabajo y el desarrollo de las actividades manufactureras, intelectuales, bélicas, etc. Y el comercio exterior, (Manford, L. 1966; Pirenne, H. 1972; Jacobs, J. 1975; Caracciolo, A. 1975; Salman, H. 1968).

Desde las primeras expresiones del proceso de urbanización de las sociedades humanas, en relación con la existencia de un excedente - causa y efecto concomitantes - que permite la división del trabajo, la división funcional y, por ende, la división de la distribución espacial de la población se producen formas de institucionalización de las actividades mercantiles en las ciudades. Regulaciones e instituciones que adquieren un alto nivel de rigor y precisión durante la hegemonía romana debido a factores como el desarrollo del derecho y la práctica jurídica, el destacado crecimiento y maduración de las ciudades, ya que en definitiva el Imperio Romano tiene un cierto carácter de federación de ciudades bajo la dominación de Roma.

Pero es, asimismo, el caso de las ciudades musulmanas que aparecen articuladas en torno al zoco, perfectamente regulado y dirigido por funcionarios específicos dotados de amplias competencias.

2.1 LOS ABASTOS EN EL ANTIGUO RÉGIMEN: UN MODELO FEUDAL.

La conquista cristiana significó en nuestra región una notable ruptura histórica, provocando un gran vacío poblacional y de actividad económica que tardaría siglos en superarse y convirtiéndola durante algo más de dos centurias en una zona fronteriza. Este factor histórico marca global y decisivamente todo el período bajo medieval en el que se produce la génesis de una formación social vigente durante más de seiscientos años. Este impacto es especialmente relevante en el medio urbano y en las actividades sociales y económicas que le son propias, en particular el comercio que paulatinamente se organiza bajo unos modos históricamente determinados.

Lenta, incluso contradictoriamente, con peculiaridades intrínsecas comienza a desarrollarse una formación de carácter feudal, social, económica y espacialmente jerarquizada. El núcleo de la misma era el señorío laico, eclesástico, de Órdenes militares o el constituido por los municipios de realengo como Murcia, Lorca o Cartagena que quedaban configurados como señoríos feudales colectivos. Lo que significa que constituían corporaciones de privilegio que poseían y amortizaban bienes y derechos con plena analogía jurídica dominical con los señoríos.

En todo caso, cada núcleo señorial, independientemente de su titularidad, estaba dotado de capacidad de organización de la actividad económica con un cierto grado de autonomía que se expresaba en la capacidad de imponer tributos o derechos privilegiados sobre las actividades económicas así como de poseer bienes. En ambos casos, las percepciones derivadas del excedente productivo se integraban en la renta feudal señorial global. Su base legal era la regalía como preeminencia o prerrogativa de suprema autoridad o potestad extraeconómica, el establecimiento de una economía regulada así como el estanco en la producción y/o comercialización de determinados géneros y manufacturas (Artola, M. 1982).

De esta forma la regulación señorial, o señorial-municipal, sobre el comercio - especialmente sobre el alimentario - se corresponde al monopolio corporativo de los gremios y al sistema vincular fundiario, de bienes inmuebles y muebles, por los estamentos privilegiados en el seno de un sistema social basado en el privilegio. (Lemercier, G. 1984). Su origen será la concesión real al conceder los señoríos o constituir los municipios realengos como expresión de dominio al mismo nivel que los términos o los donados con sus tierras, yerbas, aguas y demás pertenencias.

Así se gesta un sistema de control y regulación jerarquizado, dotado de una arquitectura casi perfecta a nivel global y que se reproduce en cada uno de sus componentes, desde la producción hasta el consumo y en el que el sistema municipal de abastos era la culminación del edificio - o el final de la cadena - que tenía como base o comienzo los controles sobre la producción agropecuaria. De ello el poder, en cada caso extrae ingresos de estos circuitos comerciales controlados ya bajo la forma de tributos ya como rentas.

Dentro de estas estructuras podemos establecer una o primera distinción en función del grado de cotidianidad de los mismos. En primer lugar aquellas instituciones no permanentes, con una frecuencia de celebración semanal como los mercados o anual - a veces dos o

tres al año - como las ferias. En segundo lugar, las permanentes o cotidianas que garantizaban el abastecimiento diario - y el control del mismo - de productos de primera necesidad. En ambos casos responden a las mismas necesidades y objetivos.

En cuanto a los mercados, son generalmente de origen medieval jugando un papel fundamental en la génesis y el desarrollo de los núcleos urbanos. Por su frecuencia - semanal constituyen el centro nodal de la relación campo-ciudad y de la organización socio-económica del campo por el núcleo central o dominante.

En ellos se efectuaba el abastecimiento de productos agropecuarios, especialmente de los perecederos, de pueblos y ciudades así como de productos artesanales a los campesinos. En los siglos bajomedievales se constituyen como el elemento clave del abastecimiento de unos núcleos urbanos poco poblados y débilmente organizados. Situación que se prolonga largamente en el caso de las pequeñas villas y pueblos que, escasamente dotados de servicios de abastos, apenas conocieron otra modalidad de intercambio comercial. Casi la totalidad de los núcleos de la región contó con un mercado semanal que sigue vivo aunque con funcionalidad distinta.

Debido a su absoluta necesidad, las instituciones políticas los regularon, amparándolas bajo ordenanzas y dotándolas de privilegios como elementos fundamentales de la economía local y comarcal. Su concesión correspondía, en principio, al rey que detentaba la capacidad de otorgarlos. Es, por ejemplo, el caso del mercado de Lorca establecido por Privilegio Real de 24 de octubre de 1465, con carácter de franco y a celebrar los jueves, y confirmado por otra de las Órdenes militares la concesión podía efectuarse por el Titular del mismo en cada caso.

Un sentido y contenido similar tenían las ferias que se celebraban una o varias veces al año, que asimismo eran establecidas por privilegios del rey o de los señores. Eran, en cierto modo, complementarios de los mercados con venta de mayor variedad de productos y con un área de influencia más amplia. Podrán tener un cierto carácter de especialización en determinadas producciones con lo que las fechas de su celebración se ajustaban a las fases del ciclo agrario, especialmente de la recolección con el objetivo de comercializar los excedentes. Tal es el caso de las ferias lorquinas de San Juan - fecha común de muchas de ellas - o de San Martín, aparte de la de Septiembre. Generalmente poseían el privilegio de celebrar ferias sólo los municipios de cierta relevancia en la época.

Pero lo más relevante del sistema de abastecimiento, lo que podemos denominar como «modelo de abastos feudal» - o del Antiguo Régimen, si se prefiere - es la estructura permanente, institucionalizada y diversificada, según especies de abastos, que garantizaba el aprovisionamiento de pueblos y ciudades. Estructura que, en el grado de desarrollo y diversificación que va adquiriendo históricamente, denota la dimensión física, demográfica y económica de cada municipio así como su nivel de crecimiento, diferenciación y madurez social y económica.

Teniendo en cuenta que la cuestión del abastecimiento ha constituido siempre la gran tarea de los poderes municipales, el sistema o modelo se define en orden a la consecución de cinco objetivos primordiales:

1. **Garantizar el abastecimiento.** El primer cuidado del gobierno de un municipio consistía en asegurar el abastecimiento de los productos de primera necesidad, una ciudad bien gobernada era, en primer lugar, una ciudad bien abastecida por lo que la autoridad municipal resultaba ser la pieza maestra en el sistema comercial, sobre todo en productos alimenticios (Lemeunier, G. 1984). El sistema de control de las actividades mercantiles, además del de las productivas, se orientaba a la protección del consumidor en un periodo de economía escasamente mercantilizada salpicada por frecuentes crisis de subsistencias.

2. **Control de precios.** El precio justo junto al abastecimiento garantizado son los dos elementos fundamentales de lo que se ha definido como economía moral, que caracteriza nuclearmente la formación social de dominante en el Antiguo Régimen. A ello hay que añadir el control de la calidad y el peso de las mercancías. Así en este sistema de mercados vigilados se inserta la fijación de un precio de tasa para los productos de primera necesidad como el pan o el vino y al monopolio comercial en el caso de la carne vendida exclusivamente por el abastecedor concesionario al precio establecido en el contrato (Lemeunier, G. 1988).

3. **Sociopolíticas.** Se trataba de asegurar el abastecimiento de los alimentos indispensables para contrarrestar los frecuentes periodos de carestía con efectos derivados indeseables. En primer lugar, revueltas populares que desestabilizaban el sistema y que, en periodos críticos, se producían con bastante frecuencia - modelo del motín de subsistencia - lo que además podía atraer el siempre indeseado intervencionismo real. En segundo lugar, estas crisis provocaban éxodos masivos de población huyendo del hambre con lo que escaseaba la mano de obra afectando, sobre todo, a los grandes terratenientes nobiliarios que eran los que controlaban los ayuntamientos. Por ello el intervencionismo municipal en el comercio alimentario se acentuaba en años de crisis agrarias llegando a la compra y comercialización directa, y a precios tasados, de pan y harinas sobre todo (Lemeunier, G. 1984).

4. **Control sanitario.** En primer término para evitar, al menos relativamente, la malnutrición que era campo de cultivo abonado para las demasiado frecuentes epidemias que afectaban gravemente a la población urbana sobre todo, provocando mortalidades catastróficas (Lemeunier, G. 1984). En segundo término, para tratar de evitar, dentro de las limitadas posibilidades de la época, los frecuentes casos de venta de productos en mal estado.

5. **Control fiscal.** En contrapartida a la prestación de estos servicios los ayuntamientos obtenían ingresos de estos circuitos comerciales controlados. De hecho la fiscalidad del Antiguo Régimen descansa en la imposición sobre las transacciones y por tanto sobre el consumo (Lemeunier, G. 1984). En realidad no existía ningún impuesto directo. Esto eliminaba la competencia como se constata en el caso de Murcia que en el Siglo XVIII, era una ciudad casa (Cremades, C.M. 1984). Pero era algo que dimanaba directamente de la estructura de la renta feudal y de la fiscalidad. Tanto real como señorial o municipal.

En el caso de la real, en la cobranza de los impuestos fundamentales como la alcabala o los millones. El primero consistente en una imposición del 10 % del valor de todas las transacciones comerciales se cobraba por encabezamiento - asignación de un cupo fijo a cada municipio o circunscripción cuyas autoridades debían ejecutar y garantizar su pago - con lo



JUJUY. Mercado de Abastos.

que el impuesto primitivo se transformaba en otro que cada Concejo extraía del sistema de abastos y de los arbitrios municipales si no quería recurrir a los siempre impopulares repartimientos (Artola, M, 1982).

En el de la señorial, junto a las alcabalas y derechos enajenados de la Corona, la cobranza de derechos exclusivos y privativos como el de peaje - sobre la circulación de mercancías - o la explotación de establecimientos - hornos, tahonas, molinos, etc. - que se reservaba el señor.

En cuanto a la municipal, en dos niveles: Por una parte, la renta obtenida por el arrendamiento y/o explotación directa de establecimientos destinados al abasto como hornos, carnicerías, mataderos, almotacenas, panaderías, etc. que pertenecían al monopolio concejil como elementos integrantes de su señorío y que formaban parte de los llamados bienes de propios. Por otra, mediante cobranza de los arbitrios que no constituían Propios en sentido estricto sino que fueron originariamente derechos o rentas con los que la Corona dotaba a ciudades y pueblos para atender a sus gastos comunes y que posteriormente adquirieron la forma de imposiciones sobre el consumo. Los productos generalmente gravados eran carnes, vinos, harinas, aguardiente y licores, velas, yesos, etc. con variedad de tipos. En el caso de grandes ciudades, con un sistema desarrollado, el monto de los derechos era importante.

Para asegurar el abastecimiento, el control de precios, pesos, calidades, etc. y el complejo sistema de cobro de impuestos y derechos los intercambios se centralizaban en lugares y edificios determinados: cereales y harinas en los almudies o alhóndigas, pan en hornos y

tahonas, pescados en las pescaderías, carnes en las carnicerías, vegetales en las plazas públicas, todos ellos de los señores o de los Propios de cada municipio.

En el caso de la región murciana la necesidad de este control se justificaba adicionalmente al concurrir dos factores específicos. Uno de carácter físico, su climatología extrema que la convierte en una región de alto riesgo elevando la proporción de años de malas cosechas. Otro, de índole económico, la estructura estrovertida de su economía que la configura como deficitaria, casi sistemáticamente, en productos alimenticios básicos, especialmente cereales (Lemaitier, G. 1984).

A partir de estos elementos fundamentales el sistema de abastos se estructuraba a tres niveles:

Primero. La ordenación normativa establecida por las ordenanzas tanto las de carácter general - ordenanzas de Murcia, Lorca, etc. - como las de índole particular. En ellas quedan reflejadas perfectamente los principios esenciales del sistema que hemos enunciado: monopolio de venta de los principales productos - trigo y harina, pan, carne, pescado, vino y vinagre, aceite, aguardiente y licores, jabón, velas y cera, etc. - y concentración de su venta en lugares y establecimientos determinados públicos o de arrendatarios de algunos de estos ramos, prohibición de sacar fuera de cada municipio estos productos, control de precios que se regían por el sistema de tasa y control de pesas y medidas (ordenanzas municipales de Murcia y Lorca).

Todo este conjunto de normas, más o menos amplio y preciso según el carácter e importancia de cada ciudad o pueblo quedó sistematizado en las de carácter general contenidas en el Libro VII, Título III de la Novísima Recopilación, Títulado «De las Ordenanzas para el gobierno de los Pueblos».

Segundo. Los instrumentos o mecanismos de control. Éstos se efectuaban, en primer término por los oficiales municipales que debían velar por evitar las transacciones fuera de los sitios establecidos, el precio de las mismas etc., pero, a tenor del sistema de arriendo impositivo, también lo eran algunas de estas funciones incluyendo la detracción de alcabalas, millones, sisas o de los arbitrios municipales. De esta forma un instrumento devenía en un derecho que también se arrendaba como la generalidad de los bienes, derechos y rentas de los Propios de cada pueblo o ciudad.

Dentro de estos, quizás el que refleja mejor esta política de vigilancia - central en este modelo - es el derecho de pesas y medidas. Deriva directamente del almoxarilazgo y del almotacenazgo. De este último conserva el nombre en muchos casos, como el de Lorca. Esta función, que inicialmente designaba a un funcionario municipal-almotacén, acabó por convertirse en un derecho de los propios, que se arrendaba. Su función consistió en el control de los pesos y las medidas permanentes o esporádicas en los centros de venta, o indirecta mediante el control de los artefactos de pesaje o medición de dichos centros que solía realizarse como mínimo dos veces al año.

A veces, en grandes núcleos esta función y derecho se fragmentaba especializándose.



CIEZA. Mercado de abastos.

Así aparecen el fiel medidor para las especies comestibles, el fiel de romana para el peso de las reses en las carnicerías, o el fiel ejecutor que controlaba pesos, medidas y monedas.

Tercero. Los establecimientos de venta de las especies reguladas. Podemos definirlos como estancos, puestos o lugares determinados en número establecido por concesión municipal bajo las condiciones y controles establecidos por las ordenanzas.

Podemos dividirlos de acuerdo a dos criterios: según la titularidad en públicos y privados, y según el modo de venta en mayoristas y minoristas.

a) **Públicos/mayoristas**, eran aquellos establecimientos de propiedad municipal - Propios - con gestión pública o privada mediante arrendamiento. Suelen ser los más importantes constituyendo eslabones básicos en la cadena de abastecimiento, venta mayorista en muchos casos y alto volumen de transacciones. Los clásicos son el almudí o alhóndiga, pósto de panaderos, carnicería o pescadería. Son propios de núcleos importantes - ciudades - y raros en los pueblos y representa un alto nivel de centralización en el sistema.

b) **Privados/minoristas**, aquellos establecimientos de titularidad particular pero con concesión privilegiada de actividad por otorgamiento de un derecho por parte del poder. Estaban asimismo sometidos a los controles y fiscalidad municipal. Solían ocupar las posiciones terminales en la cadena del sistema de abastecimiento y se especializaban en la venta minorista directa al público. Los más abundantes de este tipo, en pueblos y ciudades, eran los hornos y las tahonas pero también otros de carácter menos permanente como las tablas para



CIEZA. Mercado de obozón.

carnes y pescados, puestos y banastas para venta de frutos, verduras, aves y huevos, etc. que se establecían en las plazas o mercados públicos - antecedentes directos de los mercados de abastos actuales - de forma más o menos permanente y que arrendaban al Ayuntamiento por los particulares. Asimismo en esta categoría cabe incluir a bodegones y tabernas donde se expedían vinos, vinagres, aguardientes y licores, los del estanco del aceite, las carbonerías y lefterías, etc.

En general ambos tipos se obtenían por un arrendamiento o tasa en el que se subsumían conceptos como los tributos reales - alcabala, millones, sisas -, los municipales - arbitrios - o las rentas de los Propios del pueblo o ciudad por el derecho de uso o útil tanto del derecho como del establecimiento físico en su caso.

Normalmente se arrendaban en pública subasta partiendo de la base del año anterior. Las diferencias entre los arrendadores de los grandes ramos o establecimientos mayoristas y los de los pequeños era abismal. Mientras que estos últimos jugaban un papel muy limitado, los primeros eran auténticos especuladores que actuaban en un sistema de cerrado monopolio y que, frecuentemente, hicieron grandes fortunas pues con el arriendo una parte de la renta se quedaba por el camino. Con ello se conseguía encarecer los abastecimientos a pesar del mecanismo de control de precios (Lemeunier, G. 1985).

La variedad de situaciones entre unos municipios y otros eran muy grandes. En general, en los pequeños el sistema era muy primario no afectando específica y profundamente más que al abastecimiento fundamental de harinas y pan. Por tanto se concreta en el control de

los poderes públicos - señorío y/o municipio - sobre molinos en cuanto a la producción, y hornos y tahonas en cuanto a la comercialización.

Otro es el caso de las ciudades importantes donde el sistema es amplio y complejo, y donde funciona como una cadena articulada que va desde la producción misma hasta la venta minorista para consumo directo. Esto al menos en los principales ramos estancados. Tres ejemplos pueden ilustrar la lógica del modelo:

1. **Harina y pan.** La producción de cereal panificable, ya al natural o transformada en harinas - lo que se efectuaba frecuentemente en molinos señoriales o municipales, o en otros establecimientos por concesión privilegiada - se debía comercializar exclusivamente a través del sistema por medio del périto de labradores o del de panaderos - si existían - y en el almudí o alhóndiga, con prohibición absoluta de exportarla libremente. Esta institución se convertía así en el eslabón básico de la cadena con las siguientes características fundamentales:

- Como perteneciente a los Propios, producía una renta mediante su gestión directa o, más frecuentemente, arriendo.

- Garantizaba el control de las transacciones establecidas por las ordenanzas tanto de precios como pesas y medidas, etc. lo que se facilitaba enormemente por su carácter centralizado.

- Se constituía como mercado público mayorista de granos y harinas abasteciendo a vecinos y, sobre todo, a homeros y tahoneros.

- Constituía el centro operativo de la política municipal de granos que, en función de la coyuntura, podían controlar la exportación de los mismos o, durante la crisis, organizar su importación.

El último eslabón de la cadena eran los hornos y/o tahonas. Éstos podían ser públicos, y en ese caso se arrendaban a particulares, o privados pero por concesión señorial o municipal, en un número determinado - estanco - y sometidos a los controles establecidos. Representaban la venta minorista del producto elaborado al consumidor directo.

2. **Carne.** En este caso el sistema es aún más complejo. Comenzaba por el arrendamiento del abastecimiento de carne, por el cual el concesionario se comprometía a proporcionarla en las cantidades y precios estipulados. Esto lo podía realizar adquiriendo las reses tanto dentro como fuera del municipio o, incluso, criándolas él mismo al menos en parte. Para ello, en algunos municipios como el lorquino, se delimitaba la llamada dehesa del carnicero donde podían pastar los animales en número determinado (ordenanzas de Lorca nº 216 ss.).

El segundo eslabón, el sacrificio de las reses, se llevaba a cabo obligatoriamente en el Matadero municipal - de Propios - donde se debían efectuar controles sanitarios, de pesaje, etc. aparte de devengar una renta por su uso a favor del municipio. Sólo excepcionalmente se autorizaban sacrificios en locales privados y siempre controlados por los fieles de carnicería.

El tercero, y fundamental, era el de la carnicería. Esta era un Propio municipal con características similares a las que atribuimos al almudí. De esta forma se convertía en el centro de distribución mayorista de las carnes. Pero, generalmente del mismo tiempo, en ella se efectuaba la venta minorista en parte o en su totalidad por medio de bancos, tablas o rejas - llamados de forma distinta en cada población - que también se arrendaban y quedaban sometidas siempre a los controles y arbitrios reglamentarios.

3. **Pescado.** En este caso el sistema consistía, en primer lugar, en el arrendamiento del abastecimiento o traída del pescado desde la costa - de forma similar al caso de la carne. En Lorca y Murcia que tenían almadrabas o pesqueras en sus Propios - las de Cope y Calabardina y las del Mar Menor respectivamente- parte del aprovisionamiento procedía de ellas.

En segundo lugar, se almacenaba - también el almacén era de Propios en muchos casos y se solía arrendar separadamente como en el caso murciano (Cremades, C.M. 1984) - para venderlo a los pescaderos o vendedores directos. En esta fase se percibían los impuestos y arbitrios que pesaban sobre él.

En tercer lugar, la venta al público se verificaba, a precio tasado, en la pescadería municipal cuyos puestos o rejas se arrendaban a los pescaderos pues también era uno de los Propios más importantes en las ciudades de cierta importancia. Es uno de los antecedentes de los actuales plazas de abastos que siempre han concentrado la mayor parte de la oferta de pescado al menos hasta fechas recientes.

Como podemos comprobar el mecanismo de regulación comercial era muy estricto y casi perfecto, penetrando y determinando en buena medida la dinámica de la producción al menos en el área de influencia de ciudades importantes.

Este modelo se fue estructurando a partir de unos comienzos primarios, durante los siglos XIII y XIV, en los que los mercados semanales aún eran el elemento fundamental en el proceso de abastecimiento, adquiriendo un desarrollo institucional muy amplio. Ya en el siglo XVIII, a partir de datos del Catastro de Ensenada, en el Reino de Murcia se contaban 57 pósitos, 8 lonjas, 4 pesos reales o almotacenas, 29 mataderos, 65 carnicerías y 2 pescaderías (Merino Álvarez, A. 1915).

La distribución espacial era muy irregular y desequilibrada con una fuerte concentración en las grandes ciudades donde el modelo se muestra con gran amplitud y diversificación. Este es el caso de Murcia donde los abastos, en su conjunto estaban estancados y se administraban por arrendamiento en pública subasta de acuerdo al sistema como los hemos descrito anteriormente. Atendiendo a algunos de los ramos principales su situación en la capital era la siguiente (Cremades, C.M. 1984):

- **Trigo, harinas y pan.** El sistema murciano es completo, con pósito regulador, almudí - para la venta mayorista y minorista y hornos y tahonas para la elaboración y venta del pan. Respecto a estos últimos el Concejo distribuía trigo o harina a los panaderos diariamente en cantidad variable, bajo precio peso regulado.



CARTAGENA. Santa Rosalinda.

pios existentes, a precio tasado, que arrendaban y al por menor en tabernas y bodegones cuyo número osciló entre 80 y 114. Estaba grabado con alcabala, millones y arbitrios.

- El aguardiente y los licores se vendían en 80 estancos de Propios arrendados. El Concejo murciano controló este abasto como fuente de recursos fiscales. Desde 1746 se liberalizó su comercio pero quedó grabado por impuestos reales y arbitrios.

- El abasto de aceite acabó por ser controlado por el municipio. El sistema comenzaba en su elaboración en almazaras de Propios, después se depositaba en el pósito del aceite - que actuaba como regulador - y se almacenaba en tres bodegas. La venta directa, a precios tasados, se efectuaba en estancos arrendados según el modo habitual. Estaba grabado por alcabalas, millones y arbitrios.

- Otros productos como el jabón, las velas de sebo y cera o el carbón también estaban estancados y se vendían en puestos arrendados - nueve en el caso de las especies de arder como el carbón - a precio tasado devengado alcabalas, millones y arbitrios.

- Un caso interesante era el del abasto de nieve. Se recogía en pozos de nieve - del concejo, clero, etc. - y constituía asimismo un abasto perfectamente regulado según el modelo descrito.

Los demás productos, como frutos, verduras, aves y huevos, etc. conocían ciertas dispersión. Los bancos - puestos - de venta pública estaban establecidos en las plazas de Santa



CABAIGENA. Santa Florentina.

En la ciudad los hornos y tahonas eran de la ciudad, respondiendo a la reserva de derecho exclusivo o compartido pero siempre vedado y otorgado por privilegio. Funcionaban, por tanto, dentro de una lógica monopolista, de oferta restringida. Desde el siglo XIII había, por concesión de Alfonso X, 26 hornos que mantenían la exclusiva del abastecimiento de pan, aunque después su número real osciló entre 12 y 30. Los panaderos con licencia para amasar pan - había un gremio de panaderos - tomaban en arriendo al municipio los hornos y puestos de pan por tiempo variable, generalmente por uno o tres años. Además hubo tres hornos pertenecientes, por concesión privilegiada, a tres conventos los de la Santísima Trinidad, La Merced y el de Justinianas de la Madre de Dios (Segura, P. 1984).

- El sistema de abasto de carne responde perfectamente al modelo descrito. El matadero era Propio del Concejo así como la carnicería, que tenía la exclusiva de venta de carnes mayores. Hubo dos carnicerías, ampliadas después a tres. La principal era la ubicada en la llamada Plaza de la Carnicería - hoy Plaza de las Flores - dentro de la cual los puestos o rejas se arrendaban o administraban por el Concejo. La venta de aves era libre y dispersa en muchos puntos de la ciudad.

- El pescado fresco o seco era abastecido por la ciudad, según el modelo descrito. Se expedía en la Casa Pescadería - de Propios - de forma exclusiva y regulada. En ella las rejas o puestos de venta, que podían ser de hierro o de suelo, se arrendaban a particulares por varios años.

- El vino tenía la entrada regulada, por prohibición de introducción vino forastero pero haciendo una excepción del manchego. Se expedía al por mayor en los dos talleres de Pro-

Catalina, Carnicería, Mercado, Puerta de Vidrieros, Puerta Nueva, Plaza de Sta. Eulalia, Carretera - junto a Plano de San Francisco -, Plaza del Arsenal, Puerta del Toro y Puerta del Sol, Zoco - frente a San Lorenzo - y Plaza de San Bartolomé - especializada en fruta y caza - durante los siglos XVI y XVII. (Rosselló, V.M. y Cano, G. 1975). Hay que destacar que buena parte de estos núcleos estaban junto a las puertas de la ciudad o en plazas periféricas para facilitar el acceso de los huertanos que vendían en ellas sus productos. En el siglo XVIII se estableció, para frutas y verduras, una Casa Lonja donde se efectuaban las transacciones mayoristas. Además hay que constatar la existencia de más de cien tiendas que el Concejo otorgaba a censo, lo que demuestra el alto nivel de control privilegiado, de amortización o estancamiento que presentaba el comercio en la capital murciana.

Asimismo se regaló el mercado y la feria franca anual - se celebraba a finales de agosto - y se construyó una casa mercado en Santo Domingo y Plaza del Esparto donde se trasladó después la del Mercado que se había quedado pequeña, tras un breve periodo en el Arsenal.

Todos estos edificios, que hoy llamaríamos «comerciales» salpicaban la ciudad marcándola con su impronta urbanística y sociológica. Los más relevantes - almudí, carnicerías, pescaderías, lonjas, etc. - estuvieron entre los más destacados de la arquitectura civil de los siglos XVI al XVIII (Rosselló, V.M. y Cano, G. 1975, y Segura, P. 1984).

Cartagena, Conoce un modelo similar aunque menos regulado, en función de su posición como puerto de mar, por tanto con una infraestructura más débil. Hay que tener en cuenta de que, en parte y referente a abastos fundamentales como los cereales, el aprovisionamiento se efectuaba por vía marítima.

Lo más problemático, en todo caso era garantizar el aprovisionamiento cotidiano. En cuanto a las harinas y el pan estaban estancadas con hornos y tahonas de Propios o de alguna entidad eclesiástica como la Cofradía de la Escuela de Cristo, y se vendía a precio tasado. Igualmente pescaderías y carnicerías que se ubicaban en un área al Sur, detrás de la Plaza Mayor - en la actual Plaza de J.M. Artés -, en tanto que los mercados de frutas, verduras y demás especies menudas se situaban cerca de las puertas de la ciudad para facilitar su tráfico. Había uno al N., cerca de la Puerta de Madrid, en la Plaza de los Carros o de Alcolea que estuvo porticada hasta 1764. Otro en el área de la Plaza del Parque. Pero la principal Plaza-Mercado acabó por situarse en la Plaza del Risueño, perdurando hasta avanzado el S. XIX.

Por último, el mercado semanal franco, especializado en cereales y ganado tenía lugar extramuros, en el espacio que hoy ocupa la Plaza de España (Pérez Rojas, F.J. 1986).

Lorca, la otra gran ciudad de la región responde de forma muy estricta al modelo enunciado. Todas las especies que podemos agrupar en los ramos de abastos estaban intervenidas por el poder del Concejo o Cabildo municipal extremadamente celoso de sus prerrogativas señoriales. Hay que tener en cuenta que portazgos, alhóndiga, carnicería, molinos, hornos y tiendas habían sido concedidas, como Propios, al Concejo por privilegio Real dado en Sevilla por el rey Alfonso el 3 de noviembre de 1304, de forma paralela y equiparable a la concesión de los donadíos y castillos que conformaron su extenso término. De lo estricto de

este control dan buena cuenta las numerosas ordenanzas que la regulaban (Ordenanzas y Privilegios de la M.N. y L. Ciudad de Lorca 1984).

Asimismo, los edificios construidos para servir dichas funciones son una muestra de la importancia de las mismas por su porte, dimensión y solidez ya que estaban construidos en piedra lo que no era nada frecuente en esa zona así como por su cuidada decoración con escudos reales y municipales como expresión del carácter realengo y del señorío de la ciudad. El matadero se construyó en 1525, la lonja en 1526, el almudí en 1530, el pósito y carnicería en 1552 (Castiérrez-Cortines, C. 1980), mientras que la pescadería y los poches de la plaza lo fueron en 1702.

En cuanto al abasto de pan estaba servido por unos 25 hornos y tahonas monopolizados ya que hasta finales del S. XVIII no hubo ninguno de carácter libre.

La plaza de las verduras y otras especies estaban situadas en la llamada Plaza de Adentro - también de las Verduras -, junto al Concejo, Colegiata, Pósito y Carnicería, etc. En ella, a finales del S. XVIII se construyeron unos cuartos bajos que se arrendaban por los Propios, como puntos de venta. Otra segunda área de venta se ubicaba ante el Convento de la Merced - frente al río - con puestos públicos de pan, hortalizas, etc. y una segunda carnicería. Una tercera - con continuidad hasta el día estaba situada junto a la Parroquia de S. Cristóbal para atender a dicho barrio, separado por el Cuadaletrín del resto de la ciudad (sobre el carácter del abastecimiento en la segunda mitad del Siglo XVIII, vid. Hernández Franco, J.).

Mucha menor importancia, con menor desarrollo y diversificación, presenta el modelo en los pequeños núcleos fuertemente ruralizados en los que el autoabastecimiento era frecuente y posible, y menor la demanda en cantidad y calidad. A pesar de ello hay cosas interesantes como el de Fortuna, en la que el abasto estaba fuertemente intervenido y la detracción sobre el mismo constituía prácticamente el único ingreso municipal, o el de Alcantarilla, en la que los hornos y tahonas pertenecían al clero, probablemente como residuo de su inicial carácter de señorío eclesástico (Segura, P. 1984).

Un interés específico tiene las villas y pueblos de las Órdenes militares como expresión del modelo en su vertiente señorial. En las encomiendas - señoríos de las órdenes - el control del abastecimiento generalmente se realiza por la misma Orden, como mecanismo de asegurar el abastecimiento - a lo que estaba obligado por los principios fundadores de la «economía moral» - y de percepción de rentas. En ellas, generalmente, los abastos sólo se podían vender en un establecimiento único, del que solían repartirse la renta la Orden y el Concejo - excepto para el aceite y la carne que lo hacían en establecimientos especializados.

A veces la Orden cedió, por concordia, alguno de los derechos a los Propios del municipio en cuestión. Esto era más frecuente en los núcleos más importantes y cabeza de las encomiendas como en Cieza y Caravaca, cuyos Propios poseían los derechos de sisas de carnicería, panadería, pescadería, etc. y las rentas de almoacenía. Pero en cualquier caso, estos Concejos ejercían el control de los abastos en representación del señorío de la Orden de la que dimanaba su poder (Rodríguez Llopis, M. 1985).

Aun así buena parte de los hornos y tahonas, carnicerías y puestos de las plazas públicas o de verduras de la mayor parte de los municipios afectos a las encomiendas murcianas pertenecían directamente a las órdenes (Segura, P. 1984).

Desde la segunda mitad del S. XVIII comienza un leve y parcial proceso de desregulación. En sus inicios se sitúa el establecimiento de la libertad del comercio de granos en 1765, lo que dió lugar a las comociones del año siguiente. En éste y otras especies se advierte en Murcia y Cartagena pero no en los demás municipios que conservan el monopolio si bien en momentos de crisis se volvía al control y la tasa (Pérez Picazo, M.T. y Lomeunier, G. 1984).

Los primeros golpes serios al sistema serían la R.O. de 13-1-1802 sobre libertad de comercio y la R.O. de 20-1-1803 por la que se declaraban libres el tráfico, comercio y venta de las especies de comer, beber y arder, los cuales ya no estarían sujetos a postura, tasas ni aranceles. A pesar de ello continuarían expidiéndose en los locales públicos habilitados al efecto pues no existían otros. El cambio de modelo deberá esperar al triunfo de la Revolución liberal burguesa en pleno siglo XIX.

2.2 EL MODELO CONTEMPORÁNEO. REGULACIÓN Y LIBERTAD COMERCIAL.

Durante la primera mitad del siglo XIX el sistema de abastecimiento de los núcleos urbanos se desmonta por la liberalización del comercio. La intervención de los Ayuntamientos en la regulación de precios aparece cada vez más como anacrónica, aunque persista dentro de un sistema de transición. Paralelamente los Propios proporcionaban menores beneficios al desaparecer los monopolios municipales. De esta forma es la libertad de comercio la que está en la base de la caída del rendimiento de los llamados estancos de abastos. Incluso los edificios que constituían su soporte físico se venden en el marco de las leyes desamortizadoras o cambian de funcionalidad. (Segura, P. 1984). Sólo se reservarán, en parte, albóndigas, carnicerías, pescaderías y mercados para favorecer el control de la policía urbana y la salubridad pública. (Saiz Milanes, J. 1973). Esto incide dramáticamente sobre los presupuestos municipales contribuyendo a su bancarota técnica, cuando más falta hacían para su modernización (Pérez Picazo, M.T. 1983 y Caracciolo, A. 1975).

En el plano teórico la libertad mercantil muestra un doble contenido.

Primero. La facultad de traficar y transportar productos en cualquier lugar del territorio nacional que dimanaba del principio de que el mercado libre permitiría el ajuste inmediato entre oferta y demanda.

Segundo. Renuncia a definir un precio justo mediante la fijación de una tasa. Es decir la abrogación del principio fundamental de la economía moral. El decreto de 8 de junio de 1813 significó que ningún fruto ni producto. «Todos los objetos de comer, beber y arder», estarían sujetos a tasas y posturas, autorizando la venta y reventa libre.

En este sentido es cierto que, de 1800 a 1850, se evoluciona hacia un sistema de abastos abierto, sin trabas ni monopolios, pero penetrado de una gran ambigüedad, como lo demuestra un bando publicado en Lorca en 1835 sobre venta de pan por el que «Se declara libre para toda clase de personas de dentro y fuera de la ciudad la venta de pan de trigo, maíz, centeno y cebada Reservándose únicamente este Ayuntamiento, para el caso de los que se dediquen a este tráfico quieran abusar alterando los precios respecto al que tengan las semillas lo que permita los gastos de elaboración y una moderada ganancia, la facultad de intervenir en los precios poniendo tasa proporcional a la utilidad pública». La economía moral que es expulsada por la puerta vuelve a colarse por la ventana.

Es decir, que, por un lado se liberaliza y por otro se mantiene la vieja práctica de la tasa, dando lugar a un modelo híbrido de transición. Esto era fruto principalmente de una doble presión: por un lado, de los comerciantes en pro de la liberalización, y, por otro, la de la masas populares en defensa del control del abastecimiento y de los precios. En años buenos el libre comercio avanzaba pero en épocas de crisis -incluso en fechas tan avanzadas como 1867- se volvía a los antiguos métodos. Incluso, normalmente, para defender al consumidor modesto, se prohibía a los comerciantes mayoristas que entrasen a primera hora -diez horas para granos, harina y aceites y ocho horas para pescado y verduras- en el mercado en el objeto de evitar el acaparamiento (Pérez Picazo, M.J. 1984)

Institucional y reglamentariamente, el Ayuntamiento liberal recibe, en la Constitución de 1812, atribuciones muy amplias que abarcan toda la administración civil del término correspondiente, entre ellas la de abastos y policía de abastos (Castro, C. de 1979). Pero, posteriormente se va imponiendo un modelo centralista y centralizador, propio del liberalismo moderado o conservador, marcado por la dependencia de las corporaciones locales respecto al Estado en el que, en general, las competencias sólo se contemplan como delegadas e intervenidas, bajo la supervisión suspensiva de Diputaciones Provinciales y Jefes Políticos (Del Moral, J. 1984 y Cós-Cayon, F. y Cánovas del Castillo, A. 1860).

Una buena y precoz muestra es el Decreto XLV de 3 de enero de 1823 denominado «Instrucción para el gobierno económico- político de las Provincias», cuyo artículo primero atribuye a los Ayuntamientos las competencias de policía de salubridad y comodidad de mercados y plazas públicas y por el artículo 190 la del control del peso y medida de los géneros, especialmente, de los comestibles y de consumo en general. Asimismo, como expresión de una situación de transición, de ambigüedad, el artículo 15 establece que «cuidarán los Ayuntamientos por medio de providencias económicas arregladas a las leyes de franquicia y libertad, de que los pueblos estén surtidos abundantemente de comestibles de buena calidad». Competencia delegada o sometida al control de instancias superiores como la Diputación Provincial, que entiende de los recursos en el ramo, o el Jefe Político.

Con esta norma se sientan las bases de un modelo que habrá de conocer un gran éxito en los desarrollos legislativos posteriores, con particular extensión en la Ley de 8 de enero de 1845 sobre organización y atribuciones de los Ayuntamientos y las leyes municipales de 1870 y 1877. Un modelo ambiguo en el que se pretende una simbiosis entre la libertad irrestricta del comercio y el intervencionismo municipal. Un modelo al que, paradójicamente, puede definirse como de «libertad limitada o intervenida» y en el que el Ayuntamiento,



CARTAGENA. Mercado Gisbert.

como entidad recaudadora de unos arbitrios por consumo y detentador del monopolio de vigilancia y policía, sobre todo en momentos de crisis, es una pieza fundamental en el complejo mecanismo del abastecimiento.

El sistema se reforzaba por imperativo de la determinante fiscal. Hasta la quinta década de la centuria pervive, más o menos alterado y en crisis permanente, el viejo sistema tributario basado en impuestos indirectos sobre el consumo para cuya gestión y cobranza era indispensable el intervencionismo e incluso el monopolio. La reforma hacendística de M^{on}-Santillan de 1845 establece la contribución de consumos como figura tributaria fundamental. Se trataba asimismo de un impuesto indirecto sobre el consumo que venía a sustituir a las viejas cargas como la alcabala, millones, siete rentillas etc. que gravaban a las especies de comer, beber y andar pero que, en la práctica, no suponía sino una refundición de las mismas con todo su efecto encarecedor (del Moral, J. 1984).

Incluso en las poblaciones pequeñas -hasta 3.000 vecinos en 1847, 2000 en 1848 y 500 en 1852- su recaudación se efectuaba por medio de puestos públicos de venta exclusiva al por menor de los productos gravados. Lo que suponía el mantenimiento, en cierta medida, del sistema basado en el monopolio y el privilegio. Situación que se vio reforzada y generalizada al establecerse, por Real Decreto de 27 de junio de 1852, el encabezamiento del impuesto aunque no se permitiesen los estancos de alimentos (Aroca, M. 1986). Con ello se propiciaba la mutación impositiva, descrita anteriormente, de un impuesto en otro. Y con ello una contradicción con la libertad de comercio que queda perfectamente reflejada en el preámbulo de Bravo Murillo al precitado Real Decreto de 1852 (Abella, F. 1877).



CARTAGENA. Mercado Gibert.

Por todo lo cual el de Consumos se convierte en un impuesto absolutamente impopular y contestado que se suprime en 1868 y que será restablecido por la Restauración (Martín Niño J. 1972 y del Moral, J. 1984)

Por otra parte, la dependencia de las corporaciones locales respecto al Estado, constitucionalmente establecido, las aboca a la insuficiencia financiera. Situación que se agrava por la crisis y desaparición, al menos parcialmente, de los monopolios comerciales que habían constituido tradicionalmente una de las bases fundamentales de financiación del erario municipal. Por ello podemos hablar con propiedad de crisis fiscal municipal. (del Moral, J. 1984).

Durante la guerra carlista -1844-1840- el endeudamiento municipal llegó a tal nivel que motiva la imposición de arbitrios sobre puestos públicos, abastos, pesos y medidas en abierta contradicción con la libertad de comercio recientemente restaurada (Castro, C. de. 1979). A partir de este momento la financiación municipal se organiza, en lo que respecta a tributos indirectos, en dos grandes conceptos:

Primero. A través de los consumos -encabezados en los pueblos pequeños- que lo cobran los Ayuntamientos. Los cuales podían recargar las especies gravadas en las correspondientes tarifas hasta un 100 por 100. Constituye la principal fuente de financiación local (del Moral, J., 1984).

Segundo. Los arbitrios que consiguieron sobrevivir con ciertas limitaciones y acabaron siendo sistematizados por las leyes municipales como las de 1870 y 1877. En concreto, la

primera establece con un alto nivel de realidad, en su artículo 130, que se podían imponer arbitrios sobre mataderos, puestos públicos, ferias, mercados, pesas y medidas, almonacenes o repeso etc. así como, con carácter excepcional sobre la venta de bebidas espirituosas. (Posada Herrera, A. 1982. Fernández T.R. y Santamaría, J.A. 1977). Suponen más del 30 por 100 de los ingresos.

Esto provocará un efecto económicamente negativo en la medida en que encarecía los productos básicos y pesaba sobre el conjunto de la población indiscriminadamente perjudicando a los más débiles. Además reforzaba el intervencionismo del poder central y municipal ayudando a la configuración del modelo que hemos denominado como de libertad intervenida. Modelo que se articula a tres niveles reglamentario, de control y fiscal y que se irá desarrollando paulatinamente.

En la práctica, esto traduce en la convivencia de dos sectores: uno, de titularidad pública y centralizado, heredero del viejo sistema de abastos parcialmente abolido, y otro, de titularidad privada y descentralizado que nace y representa la libertad de comercio.

Dentro del primero, durante el siglo XIX y buena parte del XX, permanece vigente la importancia de los mercados semanales. Debido a la débil articulación de los mercados regionales y nacional, el abastecimiento cotidiano de las ciudades se hace con productos de las huertas y campos circundantes respecto a ciertos productos perecederos como hortalizas, huevos etc, en las Plazas de Abastos complementadas por el mercado semanal. En este último continúa produciéndose la ósmosis y simbiosis entre el campo y la ciudad. Aquél abastece a ésta de alimentos y ésta a aquél de manufacturas sencillas.

Se entiende por mercado, «un lugar determinado en el que se reúnen, en periodos de tiempo, preñados los compradores y vendedores para realizar sus negocios» (Albi, E. 1960). Es una institución genuinamente municipal constituyendo un monopolio de la administración local, sin ningún trámite ni legislación especial. Originalmente, la concesión de ferias y mercados era facultad privativa de la Corona como aún se reconoce en la R.O de 17 de mayo de 1834. Pero la Real Orden de 28 de septiembre de 1835 los declara competencia municipal y desde esa fecha se impone la línea municipalista reflejada en la Ley municipal de 3-X-1877 en su arts. 72.5, 72.6 y 137 1ª en las Reales Órdenes de 27-II, 17-IV y 16-VII de 1875; 13-I, 11-IV y 30-XI-1876 y 10-V-1878. Así como en sentencias del Tribunal Supremo de 17-VIII-1885, 16-I-1908, y R.D. de 12-II-1915.

Por ellos se definen competencialmente que:

1. La celebración de mercados de abastos en la fijación de días y horas, designación de sitios, arriendo de puestos, arbitrios etc. es competencia exclusiva de los Ayuntamientos.

2. También lo es la construcción de locales destinados a ese fin sin obstáculo de que puedan autorizarse a particulares bajo forma de concesión administrativa exclusivamente - Real Orden de 30-IV-1880 y sentencia del Tribunal Supremo de 7-VII-1953-

3. También tienen las corporaciones locales atribuciones para centralizar los lugares destinados a las ventas de artículos de consumo con prohibición de efectuarlos fuera de ellas Reales Órdenes de 13-I y 16-VI-1875

Esta línea se extiende hasta la Ley de Administración Local de 1955 en la que se considera municipalizables con monopolio mercados y lonjas -Art. 166.1- pero sólo el mercado como servicio municipal obligatorio en cuanto al abasto mayorista de carnes, pescados, leche, frutas y verduras aunque sólo en municipios de más de diez mil habitantes y previa aprobación del Ministerio de la Gobernación -pues abastos es competencia delegada- y se puede municipalizar sin monopolio, por ser minoristas, los establecimientos de suministros de artículos de primera necesidad como hornos, tablas, panaderías y otros similares, siempre con autorización estatal. Y es que no se considera a los mercados actividad económica sino servicio público pues en ellos se realiza actividad comercial privada por lo que no existe obstáculo para su titularidad integral o exclusiva. (Repetto Rey, F., 1940, Álvarez Ceudin, S., 1947, Ponce Llavert, P., 1947, Cuatrecasas Martorell, A., 1950, Albi, F., 1960 y Martín Retortillo, S. y otros 1973).

Dentro de ellos los Ayuntamientos debían garantizar la libertad de las transacciones, estimular la concurrencia y facilitar la colocación de productos como establece con toda nitidez el artículo 90 del Estatuto municipal de 1924.

Esta norma, quizás la más completa y precisa al respecto -al menos hasta fechas recientes- determina y jerarquiza el servicio de Abastos en tanto que competencia municipal -arts. 150.12, 205.7°- estableciendo que los Ayuntamientos organizará separadamente los locales de comercio de alimentos al por mayor -lonjas- y al detall -mercados de abastos y mercados semanales- así como el Matadero, todos ellos con carácter obligatorio -arts. 88 y 91-. De igual manera se reglamenta la competencia de control de alimentos por la sanidad municipal, por Real Decreto de 9-II-1925. En todos estos puntos es seguida por la legislación posterior empezando por la ley republicana de 31-X-1935 hasta la actualmente vigente. (Coscolluela Montaner, L. y Orduña Rebollo, E. 1983 y 1990).

De esta forma queda articulado el sistema en centros mayoristas, fundamentalmente mataderos y lonjas, y centros minoristas, principalmente mercados de abastos. De entre los primeros, el matadero -lugar de sacrificio obligatorio para las reses de carne que se ofertarán a la venta pública- es tradicionalmente municipal y heredero del Antiguo Régimen. Su regulación específica es sistematizada por una Real Orden de 5 de diciembre de 1918.

En cuanto a la lonja, entendida como -local o sitio público de contratación entre negociantes o mercaderes donde se realizan las compras y ventas de artículos mercantiles al por mayor mediante las correspondientes muestras de ellas, que sirven luego para la comprobación de mercancías-. Pueden ser públicas -municipales con obligatoriedad- o privadas (Albi, F. 1960). Su función fundamental, aparte del control sanitario y fiscal, era garantizar el abastecimiento y el control de precios, al facilitar la concurrencia en un punto de la oferta y la demanda. Pero esto sólo se consigue de forma muy limitada debido a la opacidad del mercado y a las tendencias especulativas derivadas del monopolio de los asentadores.



ARCEÑA. Calle Poniente



ARCEÑA. Calle Poniente

En el sistema público, el mercado de abastos era el eslabón final. En concreto su justificación dimanaba, aparte de las consabidas motivaciones fiscales y sanitarias, de la necesidad de asegurar el abastecimiento minorista en una situación de precariedad y de débil iniciativa privada, lo que supone introducir un elemento de subsidiariedad. En todo caso, como ente físico, la plaza o mercado de abastos se constituye con un contenido más amplio que las existentes en el Antiguo Régimen. Acoge, de forma preferente, a los puestos, tablas, rejas etc., de venta de carnes y pescados. Tras un período en que las viejas pescaderías y carnicerías monopolísticas sobreviven físicamente a la desaparición de su carácter privilegiado, junto a los ya tradicionales de hortalizas, frutas, huevos, volátiles etc. Si bien en general, consiguen sus objetivos, continúan vivas en ellas viejas servidumbres como el monopolio del

arrendamiento que encarece el canon de los pequeños comerciantes lo que repercute en el encarecimiento de los productos.

Desde la segunda mitad del siglo XIX el abastecimiento va perdiendo paulatinamente su carácter de precariedad. Cada vez menos se debe recurrir al abastecimiento público y a la imposición de la tasa. Por tanto, los Ayuntamientos van dejando el abastecimiento mayoritario en manos de comerciantes, almacenistas etc., que se proveen de productos directamente y los venden a los minoristas en lonjas y mercados. El sector comercial privado, por tanto, puede desarrollarse en unas mejores condiciones que las iniciales.

Los inicios y primeras etapas del desarrollo de este sector privado fueron poco brillantes en especial en pueblos y pequeñas ciudades, en los que esa situación se prolonga hasta bien avanzado nuestro siglo. Como una buena parte del comercio alimentario se efectuaba en mercados y plaza de abastos, y en el marco de la precariedad, sólo paulatinamente van tendiendo a sustituir al sistema público o mixto. Esto se efectúa con tres tipos de establecimientos fundamentalmente:

a) **Tiendas y almacenes de ultramarinos y coloniales.** Venden mercancías foráneas, relativamente sofisticadas, tanto al por mayor como al por menor. Se orientaban hacia una clientela selecta de las ciudades importantes (Murcia, Cartagena etc.) únicas en que aparecen, pues es en las que existía una potencial demanda para sus productos.

b) **Panaderías libres y privadas.** Fruto de la libertad de comercio que abolíó el privilegio de horno y tahona que existía en los pueblos y ciudades del Antiguo Régimen. Sustituyen a los abolidos ocupando a veces el mismo edificio que se vende. Pero continúan sometidos al control municipal tanto en la concesión de la licencia para establecerse - generalmente en número limitado- como en inspección sanitaria, de peso, precio etc.

c) **Pequeñas tiendas populares.** Tienda se define, conceptualmente, como establecimiento de venta al por menor especializada o múltiple, los populares y generalizadas abacerías. En la mayoría de los casos están ubicadas en bajos infectos con un pequeño mostrador y los variados productos sobre el mismo o colgados del techo en atalajes y sogas. Venden productos para la alimentación popular como bacalao y garbanzos remojados, salazones, legumbres, tocinos , hasta productos del cerdo procedentes de matanzas caseras. Pero carecían de lugares idóneos para la conservación de dichos productos. Por ello se producen denuncias de salazones en mal estado. Generalmente eran establecimientos familiares con debilísima capitalización y existencias ofreciendo un panorama de extrema atomización. (Pérez Picazo, M.T., 1979, 1983,1984).

A mediados del siglo XIX, cuando comenzaba a desarrollarse el nuevo modelo que hemos descrito anteriormente, el panorama del comercio de productos de primera necesidad -abastos- en la región murciana estaba caracterizado por la atomización y por una dualidad. En primer lugar, la que se produce entre la pervivencia de formas tradicionales de comercialización, ya desprovistas de su carácter monopolistas y privilegiado como pósitos, alhóndigas, carnicerías o pescaderías, y la aparición de nuevas formas especialmente almacenes de coloniales y abacerías. En segundo lugar, con carácter especial, la que se produce

entre las ciudades donde el modelo, con toda su ambigüedad, se implanta y desarrolla con relativa rapidez adquiriendo paulatinamente dotaciones de cierta importancia, y los pequeños municipios con un sistema que tiene como núcleo fundamental el mercado semanal y una gran debilidad en dotaciones que se extiende hasta el siglo XX.

En el caso de la ciudad de Murcia el dualismo, la atomización y la ambigüedad del sistema se expresa con toda nitidez. En el plano del abasto público, en la segunda mitad del ochocientos, continuaban funcionando el almudí, mataclero o Casa-Rastro, dos carnicerías y dos pescaderías de los Propios de la ciudad que aún conservaban virtualmente la exclusividad de la venta de ciertas especies. (AMMUJ LEGS. 3460 y 3640. Inventario de Bienes de Propios 1850-1881).

Pero, su eliminación se aceleró de forma incluso radical. Al abolirse el privilegio una parte de esos edificios, soporte de los mismos, quedaron vacíos de contenido.

Por todo ello, en bastantes casos, acabaron por ser vendidos en la desamortización de bienes de Propios (Segura, P. 1984), en otras su abandono provocó un estado calamitoso que se prolongó muchos años. Esta eliminación de elementos claves del sistema, sin ser sustituidos de forma inmediata por otros, acarrió disfunciones incluso desabastecimiento de las especies fundamentales en algunos momentos.

A ello hay que añadir la pervivencia de los viejos mercados callejeros estilo zoco, con más de 140 puestos ambulantes de frutas, hortalizas, huevos etc., pero cada vez más degradados.

El proceso de sustitución y mejora de los servicios municipalizados fue lento y poco efectivo durante bastantes años. Se limitó a actuaciones parciales como el traslado del mercado de la Plaza de Santa Catalina a la de Chacón, construyendo puestos para la venta de frutas verdes y secas y de pan, en un cierto intento de concentración, o la habilitación de casetas en la carnicería y el piso bajo del Contraste de la Seda para la venta de toda clase de comestibles.

A finales de siglo el mercado de abastos y la pescadería ya estaban en el Plano de San Francisco, pero tenía el techo hundido, era antihigiénico y se había quedado pequeño, de forma que los vendedores invadían la vía pública en una extensión considerable y en el más completo desorden. Por ello se encargó a Pedro Cerdán la construcción de un nuevo edificio, el del actual Mercado de Verónicas (AMMUJ Leg. 789 ms. Pedro Cerdán). Asimismo, el Mercado de la Rambla se instala en un edificio que comienza a construirse por las mismas fechas para albergar el Palacio de Justicia - el cual acabó por situarse en el Almudí- y que no se terminó hasta 1927. Por su parte la Lonja estuvo ubicada largo tiempo en la Plaza de San Agustín. (Rosello V.M. y Cano, G., 1975).

Con estas operaciones se pretende centralizar en unos pocos edificios -dos mercados de abastos, la lonja y el mataclero- el ramo municipal de abastos. Pero hay que reseñar que planes urbanísticos, como el de Cesar Cort, defendían la descentralización en mercadillos callejeros diarios y semanales.

El sector privado proliferó desde el primer momento abarcando todo el abanico de posibilidades. Los almacenes mayoristas, las tiendas de ultramarinos y coloniales de alto nivel situados en las calles más céntricas, algunas de las cuales han llegado casi hasta nuestros días con una selecta clientela. Y sobre todo abundantes abacerías en los barrios periféricos, especialmente, para las clases más modestas. De esta últimas, a mediados del pasado siglo, ya se contaban ochenta y dos (Madoz, P. 1845-1850). También en este caso la evolución y renovación comercial es lenta y que más recientemente pasa por la diferenciación y especialización.

Con igual lentitud se produce el cambio en Cartagena. Realmente hasta 1880 los centros de venta pública continuaban, aproximadamente, en sus lugares tradicionales a pesar de la inadecuación de los mismos una vez que el viejo modelo había sido abolido. A partir de ese año, en la plaza o solar resultante de la demolición del extinto convento de la Merced, se construye un mercado llamado por ese nombre o por el de Sportorno debido a que se trató de una empresa particular del conocido comerciante de ese nombre, que obtuvo la concesión administrativa para ello en virtud de lo establecido por la Real Orden de 30-IV-1880. No parece que fuese un buen negocio pues acabó por tener que ser asumido por el Ayuntamiento. Fue diseñado por el arquitecto Carlos Mancha y presenta la fisonomía de uno de los modelos de mercado de abastos más repetidos con distribución de los puestos en una isla central -pescados- y el resto bordeando las paredes del edificio (Pérez Rojas, J. 1986 y Segura, p. 1984).

En 1891 se comienza a construir el Mercado de Parque en sustitución de las casetas de madera preexistentes. Aunque su autor era el mismo, C. Mancha, en este caso optó por colocar los puestos en filas longitudinales. Posteriormente, hubo otros proyectos tanto en el Ensanche como en el Llano del Beal que no llegaron a realizarse. Hasta 1950, en que se edificó el de Santa Florentina, la situación se mantuvo invariable.

En cuanto al sector privado el panorama es muy similar al de Murcia: almacenes mayoristas, abundantes por su naturaleza portuaria, tiendas de ultramarinos céntricas y bien provistas para la burguesía local y abacerías y pequeñas tiendas de comestibles múltiples y de pobre contenido en los barrios periféricos y socialmente más bajos.

En Lorca el modelo presenta rasgos más arcaizantes debido a su carácter, predominantemente, agrario y a la prolongación de la situación de precariedad en el abasacamiento. Baste señalar que las ordenanzas municipales aprobadas en 1903 regulan todo el ramo con un nivel de intervencionismo que recuerda al del Antiguo Régimen, así como que se llegó a establecer la tasa de los comestibles varias veces en las primeras décadas de nuestra centuria.

El tradicional mercado semanal conservaba toda su importancia -reflejo de la intensa interdependencia del campo con la ciudad- pasando a celebrarse en la Plaza de la Constitución y calles adyacentes lo que contribuyó a articular un destacado eje comercial en la calle Santiago, Álamo y Selgas. Asimismo, se celebraban mercados en las diputaciones de Puerto Lumbreras y La Peca. Estaban minuciosamente regulados por las ordenanzas.

En el sistema público, en la actividad mayorista, destacan la Lonja y el Matadero que se construyeron en las afueras de la ciudad junto a la carretera de Granada. En la minorista, las

Plazas de Abastos, de las que hacia 1850 habían tres: dos en la ciudad y una en el arrabal de San Cristóbal (Madoz, P. 1845-50). En la ciudad, la antigua formada por los cuartos bajos o puestos en la Plaza de Adentro, junto a San Patricio, que pronto desapareció y dichos cuartos fueron desamortizados (Segura, P., 1984). Con ello toda la actividad se concentró en la llamada «Plaza de Abastos o de San Mateo» pues fue construida sobre el solar resultante de la realidad integraba, fundamentalmente, la carnicería y la pescadería - con exclusividad de venta de carnes y pescados- en torno a los cuales se fueron adosando alimentos frescos, extendiéndose por la calle Jerez. Por su estado ruinoso y antihigiénico será sustituida entre 1943-45, por una edificación nueva pero conservando la disposición fundamental de la vieja: pescadería y carnicerías en el centro e interior y verdulerías en las casetas periféricas y hacia el exterior.

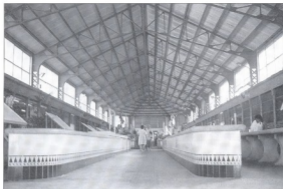


ALCAÑIZ. Mercado San Pedro.

Por último, la «Plaza de la Verdura o de San Cristóbal» -aledaña a dicha parroquia- conserva su localización tradicional pero será dotada de un nuevo edificio en el que se reservaba un espacio para la venta de carnes y pescados frescos, motivado por consideraciones higiénicas (Ordenanzas 1903).

El sector privado presenta, durante todo el siglo XIX y primer tercio del XX, el mismo panorama que el de la capital provincial pero con un nivel más bajo. Algún almacén mayorista, que incorpora la venta al detall, escaso número de tiendas de ultramarinos y las consabidas abacerías en los barrios periféricos y en las pedanías. En general, los lorquinos se abastecían destacadamente en los mercados de abastos y el mercado de los jueves.

El resto de los municipios de la región cuenta, durante el siglo XIX y buena parte del XX, una estructura comercial aún más pobre y menos diversificada cuantitativa y cualitativamente. La ruptura del viejo modelo, así donde la demanda era débil y la potencialidad económica escasa, produjo un cierto debilitamiento del sistema. En realidad, en casi todos ellos, el mercado semanal continúa jugando el papel fundamental en los intercambios campo-ciudad y en el abastecimiento de comestibles. Al mismo tiempo sobreviven durante cierto tiempo -hasta la segunda mitad del siglo XIX- los establecimientos tradicionales como Pósitos, carnicerías etc. aunque ya desprovistos de su carácter monopolista debido tanto a la necesidad de garantizar el abastecimiento ante la debilidad de la iniciativa privada como por



ALCANIZARILLA. Mercado San Pedro.

motivaciones sanitarias o, especialmente, fiscales ya que los arbitrios y los recargos sobre los consumos constituían el ingreso fundamental de los municipios liberales. (Madoz, P., 1845-50).

Pero el proceso de su decadencia aparece como irreversible lo que se refleja en el estado calamitoso y de abandono que muestran los edificios en los que se ubicaban, los cuales en épocas anteriores habían sido edificados y mantenidos con cuidado exquisito. Esto es evidente en el caso de los hornos y tahonas que eran los más usuales en los pueblos pequeños. Al final, desde mediados de siglo, a través de la legislación desamortizadora de bienes de Propios y de las encomiendas de las Órdenes Militares, se procederá a su liquidación, lo que no sólo supondrá la de un decadente patrimonio inmobiliario sino la de todo un sistema de abastecimiento perfectamente regulado (Segura, P. 1984).

Aun manteniéndose la regulación parcial del ramo de abastos por la legislación municipal, reforzada desde finales de la pasada centuria por las Ordenanzas municipales (Martín Retortillo, C. 1955) y en la tercera década del nuestro por el Estatuto de la Dictadura pronomeriverista y las Cartas Municipales que propició, el proceso de sustitución funcional se produjo de forma lenta y desigual. Si en las ciudades grandes la construcción de los nuevos mercados de abastos no comienzan hasta finales del ochocientos en la mayoría de los pueblos es un hecho de los años veinte y treinta del s. XX, e incluso posterior a la Guerra Civil, a pesar de la obligatoriedad legal de los mismos, y no se llega al número, de veintiséis con las que se cuenta en la actualidad hasta fechas recientes.

Desigualmente en función del tamaño y dinámica del pueblo en cuestión. En los más grandes y con carácter de cabeza de comarca se reproduce antes y con mayor tamaño, así como en poblaciones como La Unión que conoce un despegue poblacional y económico muy importante en relación con la minería. Este mercado, construido entre 1900 y 1907 por los arquitectos Bilirí y Cerdán, constituye un paradigma del efecto socio urbano de los nuevos mercado de abastos. Contribuye decisivamente a la ordenación del entorno urbano así como, ubicado junto a la estación de ferrocarril para facilitar el transporte de mercancías a un núcleo de alta demanda y escasa producción, del espacio comercial (Pérez Rojas, J. 1986).

Junto a ello sólo pequeñas tiendas de comestibles y abacerías de escasísima capacidad comercial así como hornos tahonas y panaderías que, en conjunto, presentaban una oferta escasa y nada diversificada. A mediados del siglo XIX, en este aspecto, el panorama era el siguiente:

CUADRO I
TIENDAS DE COMESTIBLES, ABACERÍAS Y TAHONAS

MUNICIPIO	TIENDAS DE COMESTIBLES	ABACERÍAS	TAHONAS Y HORNOS
Abanilla	-	3	2
Aborón	-	2	2
Águlas	-	1	-
Albudeite	-	1	-
Aledo	-	2	-
Alhama	-	8	7
Archena	-	2	1
Bianca	-	1	3
Bulos	-	-	9
Calasparra	-	7	-
Campos del Río	-	-	2
Caravaca	-	32	20
Cáceres	-	1	-
Caúf	-	-	1
Cieza	3	8	9
Fuente Álamo	-	1	-
San Javier	-	7	-
Mazamón	12	-	-
Maratalla	12	-	-
Mula	12	-	-

Fuente: (Madoz, P. 1845-52).

A pesar de lo imperfecto de la información proporcionada por el diccionario de Madrid podemos constatar la pobreza de la oferta a la que nos referíamos. Incluso municipios, como Fortuna, que anteriormente contaba con un modesto pero buen sistema de abastos quedaron reducidos a la oferta del comercio ambulante. Así no es de extrañar la proliferación de redes informales de abastecimiento como mercadillos en pueblos y pedanías cuya existencia se prolonga hasta la actualidad (Gómez, J., 1989).

La superación radical de este modelo es muy reciente a pesar de una crisis largo tiempo anunciada. Las secuelas de la guerra civil como la ruralización de buena parte de la población, el atraso económico y la política autárquica, que se concreta en nuevas formas de regulación - Ley de Régimen Local de 1955 - y en el mantenimiento del viejo sistema fiscal de consumos y arbitrios, lo mantiene artificialmente con vida -al menos en sus elementos esenciales- hasta los años sesenta.

Mediante los efectos inducidos por el crecimiento económico a partir de esa década y el cambio de política económica desde el Plan de Estabilización de 1959 el panorama comienza a cambiar aceleradamente. Mayor demanda en calidad y cantidad por una población crecientemente urbana, la deregulación parcial del sistema con tendencia a sólo conservar las lógicas competencias de vigilancia comercial y sanitaria, la reforma de los haciendas locales por Ley de 24 de diciembre de 1962 que elimina definitivamente consumos y arbitrios, son los factores que posibilitan la aparición de nuevas formas comerciales basados en un consumo masivo y diversificado.

Un proceso que conoce cambios de funcionalidad y de tendencias y costumbres que se concreta en los pequeños autoservicios y supermercados de los años sesenta para ser seguido de las grandes cadenas de distribución y culminar en nuestros días en un modelo dual basado en hipermercados para el consumo de masas y en los establecimientos selectos y especializados de carácter más elitista. (Andrés Sarasa, J.L. 1988). Modelo que desborda el marco municipal en las grandes superficies de venta y que vacía de contenido los mercados de abastos, fruto de largo alumbramiento, abocándolos a su desaparición.

2.3 EL MERCADO DE ABASTOS Y LOS HÁBITOS DE COMPRA

Sabemos que los mercados de abastos tienen en Murcia una mayor utilización frente a la media nacional (respectivamente, 46,6% y 37,2%) (Ministerio de Economía y Hacienda, 1987). Entre los principales consumidores de este tipo de establecimiento comercial destacan las amas de casa (37%) siendo bastante reducida entre los individuos (4%). Es probable que este hecho responda a ciertas connotaciones de tipo cultural que impidan un acercamiento mayor por parte de los hombres a estos establecimientos, lo que no ocurre con las nuevas formas comerciales de libre servicio. La clase social de los compradores es media-media y sus edades más bien altas. Son mujeres más apegadas a lo tradicional y de compra frecuente. No genera desplazamientos de ciudad entre sus compradores, pero sí de barrio. Entre las amas de casa que lo tienen en su propio barrio, sí se realiza una amplia utilización (62%). Su ubicación preferente se da en zonas céntricas o intermedias de la ciudad (véase cuadro 2).

Por la propia naturaleza de los mercados de abastos los productos de alimentación consti-

tuyen el objeto básico de la denominada compra fuerte semanal de los consumidores. Una de cada ocho compras fuertes de alimentación se efectúan en mercados de abastos. Su importancia crece con el hábitat hasta llegar a ciudades inferiores a 200.000 habitantes. En capitales pequeñas y medianas (hasta un millón de habitantes) pierde importancia para alcanzar, bruscamente, su más alta cota en las grandes urbes (30%). La compra fuerte se concentra, básicamente, en las primeras horas de la mañana (44,3%) y continúa con un alto ritmo a media mañana (36%). Destaca en ellos la adquisición de productos de alimentación frescos como carnes y pescados, frutas y verduras, además de charcutería. Los productos poco vendidos son pan, bebidas y leche.

CUADRO 3
CARACTERIZACIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA

CARACTERÍSTICAS GENERALES	MURCIA (%)	ESPAÑA (%)
1. SITUACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:		
- En su barrio, compra	70,0	61,9
- En otro barrio, compra	41,3	33,0
2. USO DEL ESTABLECIMIENTO:		
- Alimentación	45,6	36,8
COMPRA DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN		
3. COMPRA FUERTE:		
- Grado de utilización	17,8	12,6
4. COMPRA DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS		
- Carnes y pescados	32,1	27,7
- Frutas y verduras	42,0	30,6
- Charcutería	24,8	16,3
- Ultramarinos	7,0	5,8
- Leche	4,4	2,9
- Pan	1,8	1,9
- Congelados	13,4	8,3
- Bebidas	1,5	2,0
- Droguería	0,6	2,3
5. MOTIVOS DE ELECCIÓN ESTABLECIMIENTO:		
- Precio-ofertas	33,5	42,0
- Calidad de productos	34,2	32,0
- Variedad de productos	23,4	32,0
- Ver y tocar artículos	9,7	6,0
- Cerca del domicilio	5,5	14,0
- Trato y atención	4,0	6,0
- Abierto más horas	1,8	5,0
- Ordenado en secciones	1,0	5,0
6. ASPECTOS NEGATIVOS:		
- Higiene	8,6	20,0
- Atención cliente	6,0	12,0
- Impedimentos	4,1	9,0
- Precios	2,3	8,0
- Calidad	1,4	5,0
- Desconfianza	1,3	1,0
- Variedad	0,7	3,0
- Presentación	0,4	3,0
- Otros	6,9	5,0

Fuente: Cuadro extraído de «El comprador español. Hábitos de compra». Elaboración propia.

Con la incorporación masiva de la mujer al proceso productivo se comprueba un cambio sustancial en los hábitos de compra, adquiriendo el hombre un protagonismo creciente en las compras del hogar, relegando la responsabilidad de la mujer en el acto de la compra. Se tiende a realizar compras en grandes superficies de venta que ofrecen una amplia gama de familias y productos, incluyendo los de alimentación en fresco, con diversidad de estructuras comerciales que satisfacen desde el consumo más común hasta el consumidor exquisito. Esto lleva a la crisis de los mercados de abastos y a las tiendas tradicionales.

2.4 EL COMPRADOR MURCIANO Y LOS HÁBITOS DE CONSUMO

El comprador murciano realiza su compra fuerte de productos alimentarios, preferentemente, en el mercado de abastos, después de los supermercados e hipermercados y por delante de las tiendas tradicionales. En la compra diaria el establecimiento comercial más utilizado es la tienda tradicional, supermercado y luego el mercado de abastos. En relación a los productos más comprados son las frutas y verduras frescas, carnes y pescados frescos y charcutería. La imagen que tienen este tipo de establecimientos comerciales sobre las amas de casa, en sus aspectos positivos, son precios y ofertas, calidad y variedad de los productos; por contra, los negativos, la falta de higiene y atención al cliente.

La crisis de los mercados municipales de abasto se caracterizan por una reducción de su ámbito de influencia ante el surgimiento en su entorno de grandes superficies de venta en régimen de libre servicio como supermercados e hipermercados, e incluso grandes almacenes en la ciudad de Murcia, imposibilidad de mantener su cuota de mercado dada las importantes deficiencias estructurales que cuentan, además de la falta de aparcamiento y el lajare de la gestión municipal. La paulatina modificación de los hábitos de compra de los consumidores no es tenida en cuenta por los comerciantes de los mercados municipales. Es difícil negociar con un colectivo numeroso ante la adopción de medidas defensivas frente a la Administración municipal, de cara a aceptar su participación en la puesta al día de sus instalaciones (A. Pérez, 1988).

En la referida crisis incide de forma determinante los cambios habidos tanto del lado de la demanda como de la oferta. En el primer caso, cambios en los hábitos de consumo, disminuye la compra diaria y se incrementan las compras fuertes, más esporádicas, disminuye el tamaño familiar medio, la estructura familiar se quebranta en gran variedad de situaciones (personas solas, divorciadas, parejas, tercera edad); se despueblan los centros históricos de las ciudades y la población se ubica en los barrios de ensanche y zonas periféricas, importante crecimiento del grado de motorización de los hogares, incorporación de un importante porcentaje de mujeres a la comunidad laboral, mayor presencia del hombre en la compra e integración de la actividad comercial en el uso del tiempo libre. Por el lado de la oferta comercial, se produce una proliferación de grandes superficies de los productos frescos, sexos y aseo personal, introducción rápida de la técnica de autoservicio, incorporación de las técnicas de marketing en la atracción al cliente (promociones, ofertas, publicidad, etc.) y fuerte desarrollo en el consumidor de la política marquista con gran representación de los productos. Estos cambios experimentados en el ámbito de la distribución minorista chocan con la disfuncionalidad actual de los mercados municipales que quedan, en el mejor de los casos, como centros comerciales especializados en productos frescos que no incorporan el autoservicio, ni el marketing o el marquismo, y que además se encuen-

tran situados en el centro de las ciudades, normalmente despoblados, con grandes dificultades de acceso en vehículo privado (Burriel, 1988).

La necesidad de adaptar los mercados municipales de abastos a las exigencias cambiantes de los hábitos de compra de los consumidores pasa por la mejora de la oferta alimentaria, la incorporación del autoservicio para la venta de productos envasados, su complementación con la oferta no alimentaria en bienes de gran consumo, la concentración de operadores para conseguir una dimensión comercial apropiada, adaptación a las especialidades y dotación de servicios complementarios a vendedores y compradores (A. Cabruja, 1988).

Las actuaciones necesarias para modificar estos mercados municipales deben participar de objetivos tales como adecuar el tamaño de las instalaciones a la capacidad de consumo de su zona de influencia, tender a una concepción de mercado formando parte de un centro comercial que afiance su atracción dando oportunidad a los comerciantes de la zona de integrarse en el mismo, favorecer la concentración del aparato comercial logrando su redimensionamiento a largo plazo, lo que supone la creación de puestos de venta más grandes y un nivel de oferta suficiente pero no excesivo, promover la formación continua del comerciante, ampliar y racionalizar el ámbito de productos de cada puesto, completar y extender la oferta de los mercados a nuevos productos de consumo diario, y, por último, eliminar los obstáculos que la actuación de la administración puede plantear a la evolución del comercio y establecer normas transitorias que la favorezcan y faciliten (La Fuente, 1988).

Los mercados municipales minoristas existentes en España siguen una dinámica de fuerte implantación en los últimos 45 años, en los que se inauguran casi las dos terceras partes (64,6 por 100) de los establecimientos actuales. Su evolución creciente en el tiempo muestra una tendencia paralela al modo en que también crece la demanda y la población residente en poblaciones de más de 10.000 habitantes, surgiendo estos centros comerciales en respuesta a la necesidad de procurar un grado mínimo de equipamiento comercial en las localidades o áreas de nueva creación o menos nivel de dotación comercial. Este dinamismo de los promotores públicos no va acompañada, al menos en la misma medida, de una adecuación de la forma comercial a las nuevas condiciones y características de la demanda, habiéndose creado un importante número de establecimientos obsoletos comercialmente, casi desde el momento de su inauguración.

Esta fórmula de la distribución comercial tradicional tiene en el ámbito territorial de la Región de Murcia su más importante implantación a nivel nacional (28.610 habitantes por mercado), seguida de la comunidad autónoma de Andalucía (31.830 hab./mer.), Galicia (36.420 hab./mer.), Valencia (37.260 hab./mer.), Cataluña (38.880 hab./mer.), Baleares (42.390 hab./mer.), País Vasco (44.600 hab./mer.) y Asturias (44.680 hab./mer.) (Ministerio de Comercio y Turismo, 1995).

En el año 1989 se encuentran censados un total de 55 mercados de abasto, distribuidos en 55 plantas comerciales (véase cuadro 3) que ocupan una superficie global de 64.060 metros cuadrados, de los que 38.351 m² son de venta (cuadro 4), dando empleo a 73 trabajadores (cuadro 5), en tanto que el número de puestos asciende a 1.663 (cuadro 6). Otras características sobre los mismos en cuanto a año de creación, horario de apertura, presupuesto y de las instalaciones pueden observarse en los cuadros 7 y 8.

CUADRO 3
PLANTAS COMERCIALES DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE ABASTO

MUNICIPIO/MERCADO	PLANTAS COMERCIALES	
	SOBRE BASANTE	BAJO BASANTE
ASABÁN	1	1
ÁGULAS	-	1
ALCANTARILLA:		
Plaza San Pedro	-	2
Campoamor	-	1
ALHAMA DE MURCIA	-	1
ARCHENA	-	1
BULLAS	-	1
CABAYACA DE LA CRUZ	2	-
CARTAGENA:		
Sr ^a Rosalina	-	1
San Antón	-	1
Gilbert	-	2
CEBEGÓN	-	2
CEZA:		
Plaza España	1	1
Concepción Posehe	-	1
JUNILLA:		
Avda. Levante	1	1
Plaza Hernández	-	1
LORCA:		
Mercado Hortalizas	-	1
Mercado Abastos	1	2
MAZARRÓN:		
C/ Mayor	-	1
Plaza Convento	-	1
Avda. Costa Cálida	-	1
MÓSTALLA	-	1
MULA	1	2
MURCIA:		
Vitabela	-	1
Carmen	-	2
Velónica	-	2
Saavedra Fajardo	-	3
San Andrés	-	1
Espinardo	-	1
La Alberca	-	1
Cabezo de Torres	-	1
NOTANA	-	2
LA UNIÓN	-	1
VECLA:		
Plaza San Cayetano	1	1
Pz. Sebastián Pérez	1	1
TOTAL	9	44

Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1989). Centros comerciales y mercados minoristas. Colección Estudios nº 41. Ministerio de Economía y Hacienda.

CUADRO 4
SUPERFICIE DE LOS MERCADOS MUNICIPALES, M²

MUNICIPIO/MERCADO	TOTAL	VENTA	Carga/ Descarga	Almacena- miento	Cámara frigorífica	OTROS
ABADÁN	5.380	4.800	300	200	80	0
ÁGUILAS	1.150	1.150	0	0	0	0
ALCANTARILLA:						
Plaza San Pedro	900	810	90	0	0	0
Compoamar	1.300	1.300	0	0	0	0
ALHAMA DE MURCIA	1.500	1.170	300	130	0	0
ARCHENA	5.000	5.000	0	0	0	0
BULLAS	800	478	0	0	28	0
CARAVACA DE LA CRUZ	1.400	1.310	80	0	0	10
CARTAGENA:						
S ^{ta} . Rosalinda	2.730	2.480	280	0	0	0
San Antón	570	480	0	90	0	0
Gibiel	2.370	1.740	450	180	0	0
CE-EGÚN	1.600	1.580	20	0	0	0
CIÉZA:						
Plaza España	3.100	3100	0	0	0	0
Comerica Posete	320	320	0	0	0	0
JUMILLA:						
Avda. Levante	4.500	3.900	100	200	0	300
Plaza Hernández	800	790	0	0	0	10
LORCA:						
Mercado Hortícolas	300	300	0	0	0	0
Mercado Abastos	4.600	4.350	250	0	0	0
MAZARRÓN:						
C/ Mayor	960	700	260	0	0	0
Plaza Convento	1.350	1.270	80	0	0	0
Avda. Costa Cálida	970	850	120	0	0	0
MORATALLA	400	400	0	0	0	0
MULA	3.550	3.250	200	100	0	0
MURCIA:						
Vetalella	1.500	1.460	40	0	0	0
Carman	1.100	1.000	100	0	0	0
Verónica	8.000	7.880	120	0	0	0
Soledad Fajardo	1.800	1.700	100	0	0	0
San Andrés	1.800	900	100	400	0	500
Espinardo	600	570	30	0	0	0
La Alberca	300	273	20	0	0	7
Cabezo de Tomas	300	273	20	0	0	7
OTANA	1.000	930	50	0	0	20
LA UNIÓN	760	600	140	0	20	0
VECLA:						
Plaza San Cayetano	660	500	100	50	0	0
Pz. Sebastián Pérez	1.300	1.170	90	0	80	0
TOTAL	64.060	58.351	3300	1350	204	854

Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1989). Centros comerciales y mercados minoristas. Colección Estudios n.º 41. Ministerio de Economía y Hacienda.

CUADRO 5
EMPLEO EN LOS MERCADOS MUNICIPALES

MUNICIPIO/MERCADO	Fijos		T.Total		Fijos		T.Parcial		Tempor.		T.Total		Tempor.		T.Parcial		Total
	hom.	muj.	hom.	muj.	hom.	muj.	hom.	muj.	hom.	muj.	hom.	muj.	hom.	muj.			
ABADAN	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	4
ÁGULAS	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
ALCANTARILLA:																	
Plaza San Pedro	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Campomar	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ALHAMA DE MURCIA	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
ARCHENA	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
BULLAS	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
CARAVACA DE LA CRUZ	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
CARTAGENA:																	
Stº Rosalinda	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
San Antón	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Gibert	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CÉJEGU	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
CIEZA:																	
Plaza España	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Carretera Posate	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
JUMILLA:																	
Avda. Levante	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Plaza Hernández	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
LORCA:																	
Mercado Hortales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mercado Abastos	3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
MAZARRÓN:																	
C/ Mayor	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Plaza Convento	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Avda. Costa Cálida	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MORATILLA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MULA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	3
MURCIA:																	
Vistabella	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Carmen	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Verónicas	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
Sociedad Fajardo	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
San Andrés	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Espinardo	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
La Alberca	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Cabezo de Torres	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOIANA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
LA UNIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
VECLA:																	
Plaza San Cayetano	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pz Sebastián Pérez	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	45	0	10	8	2	0	2	0	2	0	6	0	73	0	0	0	73

Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1999). Centros comerciales y mercados minoristas. Colección Estudios nº 41. Ministerio de Economía y Hacienda.

CUADRO 6
NÚMERO DE PUESTOS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES

MUNICIPIO/MERCADO	CARNES	RESTO ALIMENTOS	PESCADOS	TOTAL alimentac.	NO alimentac.	TOTAL
ABADÁN	10	14	3	27	2	29
ÁGULAS	62	76	19	137	2	139
AICANTARILLA:						
Plaza San Pedro	10	6	7	23	0	23
Camposomar	7	5	3	15	2	17
ALHAMA DE MURCIA	10	10	4	24	2	26
ARCHENA	14	45	3	62	0	62
BULLAS	5	18	2	25	1	26
CARAVACA DE LA CRUZ	9	16	2	27	1	28
CARTAGENA:						
S ^{ta} Rosalina	13	94	35	142	0	142
San Antón	0	5	1	6	0	6
Gibriel	2	16	11	29	0	29
CEBEGÍN	11	13	3	27	2	29
CIÉZA:						
Plaza España	17	25	4	46	2	48
Comerica Fosete	2	4	3	9	0	9
JUMILLA:						
Avda. Levante	10	25	3	38	1	39
Plaza Hernández	2	27	1	30	1	31
LÓRCA:						
Mercado Hortaliza	38	31	1	70	2	72
Mercado Abastos	68	26	2	96	0	96
MADARRÓN:						
Plaza Convento	3	5	3	11	14	25
MORATALLA	1	5	4	10	0	10
MULA	8	13	4	25	2	27
MURCIA:						
Victoria	12	25	10	47	3	50
Carmen	11	33	12	56	3	59
Verónicas	43	160	37	240	6	246
Saavedra Fajardo	35	79	42	156	4	160
San Andrés	4	17	6	27	2	29
Espinardo	6	12	3	21	2	23
La Alberca	7	15	6	28	2	30
Cabeza de Toros	6	15	6	27	3	30
TÓTANA	5	7	3	15	0	15
LA UNIÓN	3	10	3	16	1	17
VECLA:						
Plaza San Cayetano	5	8	3	16	2	18
Pz Sebastián Pérez	5	57	5	70	1	71
TOTAL	427	919	254	1600	63	1663

Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1982): Centros comerciales y mercados minoristas. Colección Estudios n.º 41. Ministerio de Economía y Hacienda.

CUADRO 7
FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS MUNICIPALES

MUNICIPIO/MERCADO	AÑO DE INICIO	HORARIO LUNES A VIERNES	HORARIO SÁBADO	GESTIÓN MERCADO	PRESUP. ANUAL
ABARÁN	1964	8 a 14 - 17 a 21	7.30 a 15	Municipal	-
ÁGUILAS	1927	7 a 15	7 a 16	Municipal	28
ALCANTARILLA:					
Plaza San Pedro	1929	7 a 14	7 a 14	Municipal	180
Campeador	1971	7 a 14	7 a 14	Municipal	120
ALHAMA DE MURCIA	1929	8 a 14 - 19 a 21	8 a 14	Municipal	4
ARCHENA	1962	8 a 14 - 19 a 21	8 a 16	Municipal	27
BILLAS	1962	8-13.30	8 a 14	Municipal	-
CARAVACA DE LA CRUZ	1926	8 a 14	8 a 14	Municipal	25
CARTAGENA:					
Sr. Rosentina	1963	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
San Antón	1973	9 a 14	8 a 14	Municipal	7
Gáberl	1977	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
CEJEGÍN	-	8 a 14	8 a 15	Municipal	-
CEZA:					
Plaza España	-	8 a 15 - 17 a 20	8 a 15	Municipal	75
Carretera Posate	1968	8 a 13 - 17 a 20	8 a 14	Municipal	6
JUMILLA:					
Avda. Levante	1950	9 a 14	9 a 14 - 16 a 20	Municipal	85
Plaza Hernández	1982	8 a 13.30 - 17 a 20	8-14.30	Municipal	8
LORCA:					
Mercado Hortícolas	-	7 a 14.30	6.30-15	Municipal	-
Mercado Abastos	1982	7 a 14.30	6.30-14	Municipal	-
MAZARRÓN:					
C/ Mayor	1966	8 a 14 - 17 a 20	8 a 14	Municipal	15
Plaza Convento	1982	8 a 14 - 17 a 20	7 a 14	Municipal	-
Avda. Costa Cálida	1988	8 a 14 - 17 a 20	7 a 14	Municipal	-
MORATILLA	-	8 a 14	8 a 15	Municipal	-
MULA	1979	8 a 14	8 a 15	Municipal	-
MURCIA:					
Vistabella	-	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
Carrión	-	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
Velónicas	-	7 a 14	7 a 14	Municipal	-
Scovecha fajardo	-	7 a 14	7 a 14	Municipal	-
San Andrés	1984	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
Espinardo	1975	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
La Alberca	1984	8 a 14	8 a 14	Municipal	-
Cabezo de Tomas	1984	8 a 14	8 a 10	Municipal	-
TOTANA	1981	7 a 18	7 a 15	Municipal	48
LA UNIÓN	1978	9 a 14	9 a 14	Municipal	-
YÉCLA:					
Plaza San Cayetano	1960	8 a 13.30 - 18 a 21	7 a 14	Municipal	20
Pt. Sebastián Pérez	1960	8 a 13.30 - 18 a 21	7 a 14	Municipal	50

(*) En millones de pesetas.

Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1989). Centros comerciales y mercados minoristas. Colección Estudios nº 41. Ministerio de Economía y Hacienda.

CUADRO 8
INSTALACIONES Y LOCALES TÉCNICOS

MUNICIPIO/MERCADO	Almacén	Montacargas	Almacén general	Cámaras congelad.	Cámaras frigoríficas	Cuarta basura	Muelle carga
ABADÁN	NO	SI	SI	NO	SI	-	SI
ÁGULAS	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
ALCANTARILLA:							
Plaza San Pedro	NO	SI	SI	NO	NO	-	-
Compostor	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
ALHAMA DE MURCIA	NO	NO	SI	NO	NO	-	SI
ARCHENA	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
BULLAS	NO	NO	NO	SI	NO	-	-
CARAVACA DE LA CRUZ	NO	NO	NO	NO	NO	SI	-
CARTAGENA:							
SP.Florentina	NO	NO	NO	NO	NO	-	SI
San Antón	NO	NO	SI	NO	NO	-	-
Gabiet	NO	SI	SI	NO	NO	-	SI
CEBEGÍN	NO	NO	NO	NO	NO	SI	-
CEZA:							
Plaza España	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
Confitería Posete	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
JUMILLA:							
Avda. Levante	NO	NO	SI	NO	NO	-	SI
Plaza Hernández	NO	NO	NO	NO	NO	SI	-
LORCA:							
Mercado Hortalizas	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
Mercado Abastos	NO	SI	NO	NO	NO	-	SI
MAZARRÓN:							
C/ Mayor	NO	NO	NO	NO	NO	-	SI
Plaza Convento	NO	NO	NO	NO	SI	-	-
Avda Costa Cálida	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
MORATALLA	NO	NO	NO	NO	NO	-	-
MULA	NO	SI	SI	NO	NO	-	SI
MURCIA:							
Verdadero	NO	NO	NO	NO	NO	-	SI
Carmen	NO	NO	NO	NO	NO	-	SI
Verdinas	NO	SI	NO	NO	NO	-	SI
Soaveira Fajardo	NO	SI	NO	NO	NO	-	SI
San Andrés	NO	NO	SI	NO	NO	-	SI
Espinardo	NO	NO	NO	NO	NO	-	SI
La Alberca	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI
Cabezo de Torres	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI
TÓTANA	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI
LA UNIÓN	NO	NO	NO	NO	SI	-	SI
YÉCLA:							
Plaza San Cayetano	NO	NO	SI	NO	NO	-	-
Pz.Sebastián Pérez	NO	NO	NO	SI	NO	-	-

Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1989). Centros comerciales y mercados minoristas. Colección Estudios nº 41. Ministerio de Economía y Hacienda.

2.3 BIBLIOGRAFÍA

- ABELLA, E. (1977): «Derecho Administrativo provincial y municipal». Madrid, 4 Tomos.
- ALBI, E. (1966): «Tratado de los modos de gestión de las corporaciones locales». Madrid.
- ÁLMARIZ GONZÁLEZ, S. (1947): «El régimen jurídico de los abastecedores en España». Oviedo.
- ÁLMARIZ PANTOJA, M.J. (1978): «La hacienda sevillana en el nuevo Régimen» en *Hacienda Pública Española* nº 55 IEF Madrid.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1982): «Estructura urbana de Murcia» Academia Alfonso X el Sabio, Murcia.
- ARTOLA CALLEJO, M. (1982): «La Hacienda del Antiguo Régimen» Alianza Ed./ Banco de España, Madrid.
- (1986): «La Hacienda del siglo XIX: Progresistas y Moderados». Alianza Ed. Madrid.
- BURBULE, Guillermo (1988): «Función comercial de un mercado municipal». Jornadas sobre el futuro de los Mercados Municipales. Vitoria, 21-22 junio 1988. Gobierno Vasco. Departamento de Industria y Comercio. Vitoria. Págs. 47-59.
- CAIBRILLA, Adolfo (1988): «La revitalización de los mercados a través de la gestión municipal». Jornadas sobre el futuro de los Mercados Municipales. Vitoria, 21-22 junio 1988. Gobierno Vasco. Departamento de Industria y Comercio. Vitoria. Págs. 19-35.
- CARACCIOLO, A. (1975): «De la città peccadrieste a la città del Capitalismo». Bologna.
- CASTRO, C. de (1979): «La Revolución Liberal y los municipios españoles» Alianza Ed. Madrid.
- (1983): «La política ilustrada y el abastecimiento de Madrid» en A.A.V.V. «Historia Económica y Pensamiento Social. Estudios en homenaje a Diego Marín del Peral» Alianza Ed. Madrid.
- (1984): «El comercio de granos y la economía de Madrid en los siglos XVII y XVIII» en *Papeles de Economía Española* nº 20 HES-CFCA, Madrid.
- (1987): «El pan de Madrid. El abasto de las ciudades españolas del Antiguo Régimen» Alianza Ed. Madrid.
- CERDAS, P. «Informe sobre urbanización, higiene y edificios públicos de la Ciudad de Murcia» *Mis ANIMI* leg. 789.
- GÓZ, GAYÓN, E. Y CÁNOVAS DEL CASTILLO, A. (1960): «Diccionario de Derecho Administrativo Español». Madrid.
- COSCULLUELA MONTANER, I. Y ORDUÑA BURBULO, E. (1983): «Legislación sobre Administración Local, 1900-1975» IEAL, Madrid.
- (1990): «La legislación sobre Administración Local (1975-1987)» IAP, Madrid.
- CREMADRES CRUÑÁN, C.M. (1984): «Alimentación y consumo en la ciudad de Murcia durante el siglo XVIII (1701-1766)» Universidad de Murcia.
- DESIGNI VIVIS DU DEZIRTE, G. (1989): «La España del antiguo Régimen» (Reimpresión). Madrid.
- ESPADAS BURGOS, M. (1973): «Abastos y hábitos alimenticios en el Madrid de Fernando VII» en *Higiene». Aneco nº 4 CMC, Madrid.*
- FERNÁNDEZ TR. Y SANTAMARÍA, JA. (1977): «Legislación administrativa española del Siglo XIX» IEA, Madrid.
- CRIS, J. y CASTAÑO, R. (1994): «Geografía comercial de España. Región de Murcia». En *Distribución y Consumo* Núm. 16 Junio/Julio 1994, Págs. 100-112.
- GLAFTA, MARTORELL, A. (1990): «Notas características de régimen de abastecimiento en España» en *Revista de Estudios de la Vida Local* nº 52, Madrid.
- GUILLERMO-CORTINES, C. (1980): «El Renacimiento en Lorca y el nuevo orden de la ciudad» en *Ciclo de Temas Lorquinos*. CAAM, Murcia.
- HERNÁNDEZ FRANCO, J. «La economía moral de la multitud en Lorca en la fase final de Antiguo Régimen».
- JACOBS, J. (1973): «La economía de las ciudades». Península, Madrid.
- LA FUENTE VICENTE, Pedro (1988): «El papel de la gerencia en la adecuación de los mercados» Jornadas sobre el futuro de los Mercados Municipales. Vitoria, 21-22 junio 1988. Gobierno Vasco. Departamento de Industria y Comercio. Vitoria. Págs. 61-67.
- LEBELINER, G. (1981): «Las Ordenanzas de Lorca imagen del poder municipal en la Murcia Moderna» Prólogo a «Ordenanzas y Privilegios de Lorca». Academia Alfonso X el Sabio, Murcia.
- (1984): «Prólogo» a CREMADRES, C.M., op. cit.
- (1985): «El Reino de Murcia en el Siglo XVIII. Realidad y contradicciones del crecimiento» en R. Fernández, ed. «España en el siglo XVIII. Homenaje a Pierre Vilar» «Crítica». Barcelona.

- MADDOZ, J. (1845-1850). «Diccionario Geográfico-Estadístico-Histórico de España y sus Posesiones de Ultramar». Región de Murcia (Reedición facsímil por la D.G. de Economía de la CARM 1989). Murcia.
- MARTÍN NIÑO, J. (1972). «La Hacienda Española y la Revolución de 1808» III. Madrid.
- MARTÍN-RETORTILLO, C. (1935). «Contenido jurídico-social de las Ordenanzas municipales de fines del pasado siglo» en *Revista de Estudios Agrosociales* nº 12. Madrid.
- MARTÍN-RETORTILLO, S. Y OTROS. (1971). «Descentralización Administrativa y Organización Política» Alianza. Madrid 3 Vols.
- MERINO ÁLVAREZ, (1915). «Geografía Histórica del Territorio de la actual Provincia de Murcia desde la conquista por D. Jaime I hasta la época presente» (Reedición facsímil 1987) Academia Alfonso X el Sabio. Murcia.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (1987). *El comprador español. Hábitos de compra*. Secretaría de Estado de Economía. Dirección General de Comercio Interior. Colección Estudios. Madrid.
- MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (1995). *Informe sobre comercio interior y la distribución en España. Tomo I Análisis descriptivo*. Madrid.
- MORAL RUIZ, J. del (1984). «Hacienda Central y Haciendas locales en España 1845-1905» IEAL. Madrid.
- MUNFORD, L. (1986). «La ciudad en la Historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas» Buenos Aires 2 Vols.
- (1971). «Ordenanzas y Privilegios de la Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Lorca» (Reimpresión Facsímil 1984) Academia Alfonso X el Sabio. Murcia.
- (1990). «Ordenanzas Municipales de la M.N. y M.L. Ciudad de Lorca». Lorca.
- MUNUERA, J. L., HERNÁNDEZ, M., CANTERO, G., GALLEGO, F., HELLÍN, J. y MEROÑO, J. (1991). «Problemática y situación actual de las plazas de abastos». *Distribución Actualidad*. Núm. 187. Octubre. Págs. 83-107.
- PALACIO ATARD, V. (1971). «Abastecimiento de Madrid a finales del siglo XVIII» en *Actas de II Simposium de Historia de la Administración*. Madrid.
- PIRENNE, H. (1972). «Las ciudades de la Edad Media» Alianza Ed. Madrid.
- PÉREZ, Antonio (1988). «La colaboración de comerciantes y Ayuntamiento en modernizar los mercados». *Jornadas sobre el futuro de los Mercados Municipales*. Vitoria, 21-22 junio 1988. Gobierno Vasco. Departamento de Industria y Comercio. Vitoria. Págs. 37-45.
- PÉREZ PICAZO, M.T. (1979). «Oligarquía urbana y Campesinado en Murcia 1875-1902» Academia Alfonso X el Sabio. Murcia.
- (1983). «1805-1830. Un tiempo de estancamiento y evolución» *Historia de la Región Murciana Tomo VIII Ed. Mediterráneo*. Murcia.
- (1981). «Reflexiones metodológicas entorno al periodo contemporáneo en Murcia» en *Hispania. Cuadernos de Historia X. CSIC*. Madrid.
- PÉREZ PICAZO, M.T. y LEMELINER, G. (1984). «El proceso de modernización de la región murciana (siglos XVI-XIX)». ERM. Murcia.
- PÉREZ ROJAS, F.J. (1986). «Cartagena 1874-1936 (Transformación urbana y arquitectura)» ERM Murcia.
- PONCE LLABERO, P. (1947). «El servicio de abastecimientos en el municipio español» en *Revista de estudios de la vida Local* nº 12. Madrid.
- POSADA HERRERA, A. (1982). «Evolución legislativa del Régimen Local en España (1812-1900)» (Reimpresión) IEAL. Madrid.
- REPETTO REY, F. (1940). «La intervención municipal en el problema de las subsistencias». Sevilla.
- RODRÍGUEZ LLOPIS M. (1985). «Los señores de la Orden de Santiago en el Reino de Murcia (1440-1515)» Universidad de Murcia.
- ROSSELLÓ, V.V. Y CANO, C.M. (1975). «Evolución Urbana de Murcia (881-1973)» Ayuntamiento de Murcia.
- SAIZ MILANÉS, J. (1973). «Origen e Historia de los Bienes de Propios» en *Estapé. F.* = *Textos olvidados* I.E.F. Madrid.
- SALAMAN, H. (1968). «Medieval Cities». New York.
- SEGURA ARTERO, P. (1984). «La desamortización urbana en la Región Murciana (1836-1912). Una aproximación general» en *Áreas 3/4 ERM Murcia*.
- THOMPSON E.P. (1974). «La economía «moral» de la multitud en la Inglaterra del siglo XVIII» en *Revista de Occidente* nº 133. Madrid.

3 **NORMATIVA REGULADORA**

- Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local
- Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales aprobado por Decreto de 17 de junio de 1955
- Real Decreto 1.690/1986, de 11 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de Población y Demarcación Territorial de las Entidades Locales
- Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la defensa de los consumidores y usuarios
- Real Decreto 381/1984, de 25 de enero, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria del comercio minorista de alimentación
- Real Decreto 1.945/1983, de 22 de junio, por el que se regula las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria
- Ley 2/1990, de 5 de abril, de creación del Servicio de Salud de la Región de Murcia

ARTICULADO	CONTENIDO
TÍTULO II	EL MUNICIPIO.
CAPÍTULO I	TERRITORIO Y POBLACIÓN.
Art.º 18	Son derechos y deberes de los vecinos: g) Exigir la prestación y, en su caso, el establecimiento del correspondiente servicio público, en el supuesto de constituir una competencia municipal propia de carácter obligatorio.
CAPÍTULO III	COMPETENCIAS.
Art.º 25	1.- El Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover toda clase de actividades y prestar cuantos servicios públicos, contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal. 2.- El Municipio ejercerá en todo caso, competencias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias: g) Abastos, mataderos, ferias, mercados, defensa de usuarios y consumidores. h) Protección de la salubridad pública.
Art.º 26	1.- Los Municipios por sí o asociados deberán prestar en todo caso, los servicios siguientes: a) En todos los Municipios: Alumbrado público, cementerio, recogida de residuos, limpieza viaria, abastecimiento domiciliario de agua potable, alcantarillado, acceso a los núcleos de población, pavimentación de las vías públicas y control de alimentos y bebidas. b) En los Municipios con población superior a 5.000 habitantes, además: Parque público, biblioteca pública, mercado y tratamiento de residuos. 2.- Los Municipios podrán solicitar de la Comunidad Autónoma respectiva la dispensa de la obligación de prestar los servicios mínimos que les correspondan según lo dispuesto en el número anterior cuando, por sus características peculiares, resulte de imposible, o muy difícil cumplimiento el establecimiento y prestación de dichos servicios por el propio Ayuntamiento.

Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales
aprobado por Decreto de 17 de junio de 1955

ARTICULADO	CONTENIDO
TÍTULO I	INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN LA ACTIVIDAD PRIVADA.
CAPÍTULO I	DISPOSICIONES GENERALES.
Art.º 1	Los Ayuntamientos podrán intervenir la actividad de sus administrados en los siguientes casos: 1.º En el ejercicio de la función de policía, cuando existiese perturbación o peligro de perturbación grave de la tranquilidad, seguridad, salubridad o moralidad ciudadana, con el fin de establecerlas o conservarlas. 2.º En materia de subsistencias, además, para asegurar el abasto de los artículos de consumo de primera necesidad, la calidad de los ofrecidos en venta, la fidelidad en el despacho de los que se expendan a peso o medida, la normalidad de los precios y la libre competencia entre los suministradores y vendedores.
CAPÍTULO II	DISPOSICIONES ESPECIALES.
Art.º 18.	1.- La intervención en materia de abastos se dirigirá a asegurar la libre competencia como medio de procurar la economía de los precios. 2.- Los Ayuntamientos sancionarán cualesquiera formas de actuación encaminadas a impedir o dificultar la libertad de tráfico.
Art.º 19.	Por disposición de las Ordenanzas municipales podrá declararse obligatoria: a) La utilización de los Mataderos municipales o sujetos a su vigilancia inmediata, para el sacrificio de reses destinadas al consumo doméstico o a la venta de carnes y productos frescos, con el fin de velar por la salubridad. b) La utilización por los abastecedores mayoristas de mercados al por mayor, con el fin de promover la concurrencia.
Art.º 20.	Cuando, por razones sanitarias o de otra índole, fuera obligatoria la introducción, manipulación o suministro de artículos de primera necesidad a través de alhóndigas, mataderos, mercados u otros centros semejantes y quedara prohibida su realización fuera de ellos, no podrá impedirse el acceso a las personas que desearan ejercer el tráfico para el que se hallaren insinuados ni limitar el número de los autorizados, salvo disposición legal o reglamentaria en contrario.

Real Decreto 1.690/1986, de 11 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de Población y Demarcación Territorial de las Entidades Locales.

ARTICULADO	CONTENIDO
TÍTULO II CAPÍTULO I Art.º 61:	DE LA POBLACIÓN Y DEL PADRÓN MUNICIPAL. DE LA POBLACIÓN DEL MUNICIPIO. 1.- Son derechos y deberes de los vecinos: g) Exigir la prestación y, en su caso, el establecimiento del correspondiente servicio público, en el supuesto de constituir una competencia municipal propia de carácter obligatorio.
	Ley 26/84, de 19 de julio, General para la defensa de los consumidores y usuarios.

ARTICULADO	CONTENIDO
CAPÍTULO X Art.º 39:	El art.º 51 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978, establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. Asimismo promoverán sus organizaciones y las oírán en las cuestiones que puedan afectarles. COMPETENCIAS. Corresponderá a la Administración del Estado promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios, especialmente en los siguientes supuestos: 1.- Elaborar y aprobar el Reglamento General de esta Ley, las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias, los Reglamentos sobre etiquetado, presentación y publicidad, la ordenación sobre aditivos y las demás disposiciones de general aplicación en todo el territorio español. Asimismo, la aprobación o propuesta, en su caso, de las disposiciones que regulen los productos a que se refiere el art.º 5º, 1. El Reglamento General de la Ley determinará, en todo caso, los productos o servicios a que se refieren los arts. 2º, 2 y 5º, 1, de esta Ley, los casos, plazos y formas de publicidad de las sanciones, el régimen sancionador, supuestos de concurrencia de dos o más Administraciones públicas y la colaboración y coordinación entre las mismas. Lo dispuesto en este número se entiende sin perjuicio de las potestades normativas corresponden a las Comunidades Autónomas acuerdo con sus respectivos Estatutos.

- Art.º 41: Corresponderá a las autoridades y Corporaciones locales promover y desarrollar la protección y defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito de sus competencias y de acuerdo con la legislación estatal y, en su caso, de las Comunidades Autónomas, y especialmente en los siguientes aspectos:
- 1.- La información y educación de los consumidores y usuarios, estableciendo oficinas y servicios correspondientes, de acuerdo con las necesidades de cada localidad.
 - 2.- La inspección de los productos y servicios a que se refiere el art.º 28.2, para comprobar su origen e identidad, el cumplimiento de la normativa vigente en materia de precios, etiquetado, presentación y publicidad y los demás requisitos o signos externos que hacen referencia a sus condiciones de higiene, sanidad y seguridad.
 - 3.- La realización directa de la inspección técnica o técnico-sanitaria y de los correspondientes controles y análisis, en la medida en que cuenten con medios para su realización, o promoviendo, colaborando o facilitando su realización por otras Entidades y Organismos.
 - 4.- Apoyar y fomentar las asociaciones de consumidores y usuarios.
 - 5.- Adoptar las medidas urgentes y requerir las colaboraciones precisas en los supuestos de crisis o emergencias que afecten a la salud o seguridad de los consumidores o usuarios.
 - 6.- Ejercer la potestad sancionadora con el alcance que se determine en sus normas reguladoras.

Real Decreto 381/84, de 25 de enero, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria del comercio minorista de alimentación.

ARTICULADO	CONTENIDO
TÍTULO PRELIMINAR	ÁMBITO DE APLICACIÓN.

- Art.º 1.º La presente Reglamentación tiene por objeto definir qué se entiende por comercio minorista de alimentación y fijar con carácter obligatorio, los requisitos técnicos y sanitarios exigibles para la instalación y funcionamiento de dichos comercios.

- Art.º 2.º Esta Reglamentación obliga a toda persona física o jurídica que, dentro del territorio nacional, dedique su actividad a la venta al por menor de productos alimenticios destinados al consumo humano, incluyendo las bebidas y cualesquiera sustancias que se utilicen en la preparación o condimentación de los alimentos.
- Art.º 3.º Deberán cumplir la presente Reglamentación, por considerarse comercios minoristas de alimentación, los establecimientos donde se realicen ventas al por menor, aunque lo hagan en instalaciones de comercio mayorista, fábricas u otros lugares de producción o sus anejos.
- Art.º 4.º Esta Reglamentación también obliga a los titulares de los recintos comerciales colectivos donde estén integrados comercios minoristas de alimentación.
- Art.º 5.º Quedan excluidos del ámbito de la presente Reglamentación, los establecimientos de venta de cosméticos y de tabaco, así como de sustancias utilizadas sólo como medicamentos.

TÍTULO I

DEFINICIONES Y DENOMINACIONES.

A los efectos de la presente Reglamentación se establecen las siguientes definiciones y denominaciones.

- Art.º 6.º Se entiende por comercio minorista de alimentación todo establecimiento donde se realiza la venta al comprador final de los productos mencionados en el artículo segundo.
- Art.º 7.º Se entiende por «sala de ventas» la parte del establecimiento que se destina a exposición de productos, estancia del público y normal remate del acto de compra. No forman parte de la «sala de ventas» las superficies destinadas a oficinas, trastiendas, almacén y otras dependencias de acceso restringido, ni tampoco los servicios higiénicos del local, aunque sean asequibles al público en general.
- Art.º 8.º Se entiende por trastienda o almacén de reserva la parte del establecimiento donde se almacenan los productos destinados a la reposición de las existencias de la «sala de ventas».
- Art.º 9.º Los comercios minoristas de alimentación se clasifican del modo siguiente:
- 9.1. - En cuanto a la modalidad de venta
- 9.1.1.- Cos vendedor.- En esta modalidad el vendedor atiende personalmente al cliente y le sirve los productos requeridos.

9.1.2.- En régimen de autoservicio.- En esta modalidad, el comprador tiene a su alcance todos los productos con la información necesaria, incluso el precio, para que pueda tomar por sí mismo aquellos que desee adquirir sin necesitar la intervención del vendedor y efectuar el pago de su compra en la caja o cajas dispuestas a este fin.

9.1.3.- En régimen mixto.- En esta modalidad concurren las dos formas de venta anteriormente definidas.

9.2. - En cuanto a los productos objeto de venta:

9.2.1.- Especializados o monovalentes.- En ellos se vende exclusivamente una determinada clase de productos alimenticios.

9.2.2.- Polivalentes.- En ellos se venden varias clases de productos alimenticios.

9.3. - En cuanto a su naturaleza comercial:

9.3.1.- Independientes.- Los que constituyen por sí mismos una unidad comercial y disponen de un local exclusivo con acceso directo e independiente desde la vía pública.

9.3.2.- Agrupados.- Los que se hallan en un recinto comercial colectivo en comunidad con otros establecimientos de mismo o diferente sector comercial provisto de servicios y elementos compartidos.

9.3.3.- Seccionales.- Los integrados en otros establecimientos como sección especial destinada a la venta de productos alimenticios.

9.3.4.- Restringidos.- Los que con independencia del resto de sus características, situación o modalidad de venta, no se encuentran abiertos indiscriminadamente a todo público, limitando su clientela a determinadas personas o grupos en razón de condicionamientos estipulados en la legislación vigente.

TÍTULO II

CONDICIONES GENERALES DE LOS ESTABLECIMIENTOS, DEL MATERIAL Y DEL PERSONAL, MANIPULACIONES PERMITIDAS Y PROHIBIDAS.

Art.º 10)

Condiciones de los establecimientos.- Los locales destinados al comercio minorista de alimentación deberán reunir las siguientes condiciones:

10.1.- Dispondrán la entrada y salida a vías públicas o espacios abiertos para la circulación rodada o peatonal.
En el caso de comercios agrupados o seccionales este requisito lo cumplirá el conjunto comercial de que se trate.

10.2.- Tendrán ventilación directa a la calle o patios centrales de manzanas o espacios libres, y, si ello fuera posible, deberán contar con circulación artificial de aire previamente filtrado. A estos efectos, se considera espacio libre las calles interiores de mercados o análogos.

Se evitará al máximo la entrada de polvo y las circulaciones no controladas de aire.

10.3.- Estarán apartados de lugares que puedan hacerle llegar cualquier clase de suciedad, contaminación o insalubridad.

10.4.- Estarán apartados de viviendas, cocinas o comedores de uso familiar o laboral, no entendiéndose por tales los servicios de cafetería o restaurante que debidamente independizados por áreas, estén integrados en el mismo recinto comercial.

De haber paso a la vivienda del dueño o encargado, deberá estar provisto de una puerta que permanezca habitualmente cerrada durante las horas de comercio.

10.5.- La iluminación será la adecuada, en consonancia con las dimensiones del local y ajustadas en todo caso a las disposiciones vigentes de seguridad e higiene en el trabajo.

10.6.- Los pavimentos serán resistentes al roce, impermeables, incombustibles y de fácil limpieza y desinfección. Podrán ser continuos o de piezas perfectamente adosadas, no admitiéndose como pavimento definitivo las placas de cemento con juntas de dilatación descubiertas.

10.7.- Las paredes y los techos se revestirán de azulejos, pintura plástica u otros materiales de especial resistencia a los lavados y a las temperaturas de los locales.

10.8.- Dispondrán de agua corriente potable con servicio de lavado para las necesidades del establecimiento.

10.9.- Las trastiendas o almacenes de reposición, cuando existan, dispondrán de condiciones suficientes para que los alimentos se conserven adecuadamente. En cualquier caso en la «sala de ventas» no habrá embalajes o envases vacíos no recuperables.

10.10.- Todos los productos alimenticios se colocarán en anaquel, estanterías, o vitrinas, o cualquier otro medio de exposición que impida su contacto con el suelo.

Los productos sin envasar se colocarán de forma que queden fuera del alcance del público y, de no ser posible, será obligatorio el uso de carteles prohibiendo manipularlos o tocarlos.

10.11.- En los establecimientos polivalentes, los alimentos no envasados se exhibirán ordenadamente, debiendo existir una separación adecuada entre los mismos, que permita a cada clase de alimentos conservar sus características peculiares y evite la asimilación de olores o sabores extraños.

10.12.- En las «salas de venta» de los comercios en régimen de autoservicio o mixto, los productos se exhibirán de modo que el público pueda conocer sus características con facilidad.

10.13.- Los establecimientos que expendan alimentos perecederos susceptibles de alteración a la temperatura ambiente dispondrán como mínimo de un frigorífico expositor o no, con capacidad útil adecuada, que garantice una temperatura de trabajo en su interior entre cero y ocho grados centígrados y esté provisto de termómetro debidamente contrastado. Los establecimientos que expendan pescado fresco podrán exponerlo y venderlo mediante conservación con hielo, exceptuándose, por tanto, del cumplimiento de este requisito a estos efectos.

10.14.- Los establecimientos que expendan alimentos congelados dispondrán, como mínimo, de un frigorífico congelador, expositor o no, con capacidad útil adecuada, que garantice una temperatura de trabajo en su interior o igual a la que fijen las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias o Normas específicas de los productos alimenticios que contengan.

10.15.- Los aparatos frigoríficos de exposición de productos, excluidos los de exposición vertical, indicarán sus respectivos límites de capacidad de carga, por medio de una línea de color destacada e indeleble que recorrerá una parte visible del perímetro interior de la cuba de almacenaje.

10.16.- Tanto las paredes como los techos y pavimentos se mantendrán en correcto estado de conservación y limpieza.

10.17.- Se adoptarán las oportunas medidas para evitar la entrada y presencia de insectos, arácnidos, roedores y otros animales domésticos o no. Donde se expendan productos alimenticios sin

envasar será obligatoria la instalación de aparatos antiinsectos que los eliminen sin el empleo de productos químicos.

10.18.- Los establecimientos se someterán a las desinfecciones, desratizaciones y desinsectaciones necesarias, las cuales serán realizadas por el personal idóneo, con los procedimientos y productos aprobados por el organismo competente y sin que en ningún caso se puedan utilizar sobre los productos o sobre las superficies en los que entren en contacto según prescripciones del fabricante y sin que estos últimos puedan transmitir a los alimentos propiedades nocivas o características anormales.

10.19.- El almacenamiento de material para la desinfección y limpieza del establecimiento estará independizado de donde se encuentren los productos alimenticios.

10.20.- Las basuras deberán depositarse dentro de recipientes estancos con tapa de ajuste adecuado, que permanecerán cerrados y estarán en lugares aislados de los alimentos. Se retirarán por lo menos una vez al día.

Art.º 11:

Condiciones de los materiales.

11.1.- Todo material que esté en contacto con cualquier producto alimenticio sin envasar, mantendrá las condiciones siguientes, además de aquellas otras que específicamente se señalen en esta Reglamentación.

11.1.1.- Tener una composición adecuada para el fin a que se destinen.

11.1.2.- No ceder sustancias tóxicas, contaminantes y, en general, ajenas a la composición normal de los productos alimenticios con los que estén en contacto o que, aun siéndolo exceda del contenido autorizado en los mismos.

11.1.3.- No alterar las características de composición ni los caracteres organolépticos de los productos alimenticios.

11.2.- Los escaparates, estanterías, mostradores, etc., así como los elementos de decoración, serán de materiales resistentes, impermeables y de fácil limpieza. En el caso de que este mobiliario no se encuentre adosado al piso, se dispondrá de un espacio libre suficiente desde el nivel del suelo para permitir su limpieza. Los mostradores además no presentarán en su superficie irregularidades que puedan ser una fuente de contaminación.

Art.º 12:

Condiciones de personal. - Todo el personal dedicado a almacenar y vender productos alimenticios deberá cumplir los siguientes requisitos:

12.1.- Estará en posesión de la tarjeta de manipulador de alimentos, según lo estipulado en la legislación vigente.

12.2.- Observará en todo momento la máxima pulcritud, en su aseo personal, y utilizará en su trabajo vestuario exclusivo adecuado a su función y en correcto estado de limpieza.

12.3.- Todo trabajador aquejado de cualquier dolencia, padecimiento o enfermedad, está obligado a poner el hecho en conocimiento del titular del establecimiento o su representante, quien tomará las medidas apropiadas que prescriben las disposiciones vigentes, y en todo caso se estará a lo dispuesto en el Real Decreto 2505/1983 de 4 de agosto, por el que se aprueba la Reglamentación de Manipuladores de Alimentos.

12.4.- No comerá, fumará, ni masticará chicle o tabaco durante su trabajo, y no toserá ni estornudará sobre los productos alimenticios.

12.5.- No podrá simultanear su actividad dentro del establecimiento con ninguna otra que suponga una fuente de contaminación de los productos expendidos sin tomar las medidas de higiene oportunas.

Las actividades incompatibles del personal dentro del establecimiento serán las determinadas en las disposiciones vigentes referidas a los distintos productos y se fijarán en las Reglamentaciones o Normas específicas que se dicten en desarrollo de la presente Reglamentación.

Art.º 13:

Manipulaciones permitidas. - Además de las lógicas de la actividad de venta se permite el despacho fraccionado, despique, limpieza, selección, envasado y preparación de verduras, pescados, carnes y derivados y, en general, de todos aquellos productos que, por sus características o formas de consumo requieran tales manipulaciones, siempre que no esté prohibido en las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias o Normas específicas correspondientes.

Los establecimientos del comercio minorista de alimentación podrán vender igualmente alimentos envasados para animales, así como artículos higiénicos y de uso domésticos, siempre que todos estos productos estén claramente anunciados y se exhiban y expendan en áreas o secciones distintas de las destinadas a la venta de los alimentos y bebidas destinados a la alimentación humana.

En los supuestos en los que no sea posible la separación por áreas o secciones, los productos no alimenticios que se expendan, estarán agrupados en un lugar suficientemente alejado o con separación material de los alimentos, y, en particular de los no envasados. Los alimentos sin envasar habrán de hallarse, como mínimo, a un metro de distancia de los productos no alimenticios o mediando una zona de exposición de alimentos entre ambas clase de productos.

Asimismo, los productos no alimenticios serán colocados en forma que los inocuos se hallen más cerca de los alimentos y más distantes de aquellos en cuya composición intervengan elementos nocivos o irritantes.

La citada separación entre productos alimenticios y no alimenticios también será obligada en la trastienda.

La compatibilidad de venta con los alimentos expresada en los párrafos anteriores no podrá entenderse referida en ningún caso a productos tóxicos, catalogados como tales por la legislación vigente, o a granel.

Art.º 14

Manipulaciones prohibidas. - Además de las que no correspondan a una buena práctica comercial, quedan expresamente prohibidas:

14.1.- Utilizar vías públicas en sustitución de la «sala de ventas» de la trastienda, ni siquiera mediante vehículos automóviles propiedad de su titular.

14.2.- Exponer los productos que precisen reglamentariamente conservación por frío fuera de los muebles frigoríficos adecuados en cada caso, o mantenerlos de cualquier forma fuera de los mismos.

14.3.- El funcionamiento de los aparatos frigoríficos de conservación de alimentos a temperaturas superiores o distintas de las necesarias para cada sistema de conservación mientras los contengan.

14.4.- Exponer y almacenar bajo conservación frigorífica, sin la separación adecuada entre cada tipo de productos, pescado, productos cárnicos, productos lácteos, huevos y platos preparados o precocinados.

14.5.- Recongelar alimentos que hayan podido sufrir cambios de temperatura que les haga perder sus condiciones específicas.

14.6.- Vender productos alimenticios adulterados, falsificados, alterados, contaminados o nocivos o realizar cualquier manipulación que suponga una adulteración de los mismos o pueda poner en peligro la salud del consumidor.

14.7.- Vender a granel o fraccionadamente cuando esté prohibido dicha forma de venta en las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias o Normas específicas correspondientes.

14.8.- Utilizar para envolver los productos alimenticios papeles de periódicos, impresos, etc., no considerándose a este fin papel impreso el nuevo que lleve consignados el nombre, dirección del vendedor u otras indicaciones sobre la cara que no vaya a estar en contacto con el alimento.

14.9.- La venta en régimen de autoservicio de productos no envasados, a excepción de frutas provistas de corteza dura o incomedible.

14.10.- La entrada de animales, aunque vayan acompañados de sus dueños.

14.11.- El acceso del público a las partes que no sean «sala de ventas» o servicios autorizados.

TÍTULO III

Art.º 15 :

ENVASADO Y ETIQUETADO.

Aquellos productos alimenticios, cuyas Reglamentaciones Técnico-Sanitarias o Normas específicas prohíban su venta a granel o fraccionada y exijan, por tanto, que estén envasados para su venta, no podrán venderse de otro modo ni reenvasarse, y deberán cumplir en su etiquetado el Real Decreto 2.058/1982, de 12 de agosto, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios envasados.

Art.º 16 :

Aquellos productos alimenticios, cuyas Reglamentaciones Técnico-Sanitarias o Normas específicas permitan al comerciante la apertura de sus envases para la venta fraccionada del producto, podrán venderse de este modo, pero conservando en todo caso, la información correspondiente del etiquetado del envase hasta la finalización de la venta, para permitir en cualquier momento una correcta identificación del producto y poder suministrar dicha información al comprador que lo solicite.

Art.º 17 :

Aquellos productos alimenticios, cuya venta a granel o fraccionada no esté prohibida, que se envasen en los comercios minoristas y se presenten en el mismo día de su envasado habrán de sujetarse, en su envasado, a lo dispuesto en las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias y Normas específicas aplicables a cada producto y, en su etiquetado y presentación, a lo establecido por resolución de la Dirección General de Comercio Interior.

Asimismo aquellos productos alimenticios cuya venta a granel o fraccionada no esté prohibida, que se envasen por los titulares de comercios minoristas de alimentación y se presenten así el mismo día de su envasado en los distintos puntos de venta de su propiedad, deberán cumplir, en su envasado y transporte, lo dispuesto en las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias y Normas específicas a cada producto y en su etiquetado y presentación a lo establecido en el párrafo anterior.

TÍTULO IV

Art.º 18 :

COMPETENCIAS Y RESPONSABILIDADES.

Los titulares de comercios minoristas de alimentación tienen las siguientes obligaciones:

Cumplir las condiciones de almacenamiento y venta y cuantos requisitos les afecten de las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias y Normas específicas de los distintos productos comercializados, especialmente:

El marcado de fechas de los distintos productos alimenticios envasados que comercialice con el fin de realizar una adecuada rotación y renovación de éstos para cumplir los plazos de venta estipulados.

Las condiciones de conservación de los productos alimenticios. En el caso de estar envasados, dichas condiciones serán las que haya hecho constar el fabricante en el etiquetado de los envases.

Art.º 19 :

Responsabilidades. - Las responsabilidades se establecen conforme a las siguientes presunciones.

19.1.- La responsabilidad inherente a la identidad de producto contenido en envases no abiertos, íntegros corresponde al fabricante del producto alimenticio envasado o, en su caso, al importador.

19.2.- La responsabilidad inherente a la identidad de los productos alimenticios contenidos en envases abiertos corresponde al tenedor del producto.

19.3.- La responsabilidad inherente a la mala conservación del producto contenido en envases, abiertos o no, o sin envases, corresponde al tenedor del producto.

TÍTULO V

Art.º 20 :

RÉGIMEN SANCIONADOR.

Las infracciones a lo dispuesto en la presente Reglamentación serán sancionadas en cada caso por las autoridades competentes de acuerdo con la legislación vigente y con lo previsto en el Real Decreto 1.945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones en materia de defensa del consumidor y de la pro-

ducción agroalimentaria, previa la instrucción del correspondiente expediente administrativo. En todo caso, el Organismo instructor del expediente que proceda, cuando sean detectadas infracciones de índole sanitaria, deberá dar cuenta inmediata de las mismas a las autoridades sanitarias que correspondan.

Real Decreto 1.945/83, de 22 de junio, por el que se regula las infracciones y sanciones en materia de defensa del consumidor y de la producción agroalimentaria.

ARTICULADO

CONTENIDO

El Congreso de los Diputados, en su reunión del día 17 de septiembre de 1981, acuerda un plan de medidas urgentes de defensa de la salud de los consumidores, entre las que se incluyen la «refundición y actualización de todas las normas vigentes en materia de inspección y vigilancia de las actividades alimentarias y de sanción de las infracciones».

Al dar cumplimiento el mandato parlamentario se actualizan una serie de normas y disposiciones en distintas materias, en las que confluyen la defensa de la salud pública, la protección de los intereses de los consumidores y las legítimas exigencias de la industria, el comercio y los servicios.

La nueva normativa supone además una consideración de las actuales condiciones técnicas, económicas y sociales que rodean a los productos y servicios que se facilitan a los consumidores y usuarios y que exigen una clara delimitación de obligaciones y responsabilidades para evitar indefensiones individuales o colectivas ante el fraude, la adulteración, el abuso o la negligencia.

Art.º 19 :

Órganos competentes.

19.4.- Las Comunidades Autónomas desarrollarán las competencias y funciones a que se refiere el presente Real Decreto, conforme a lo establecido en sus respectivos Estatutos y disposiciones sobre transferencias.

19.5.- Corresponde a las Corporaciones Locales la incoación y tramitación de procedimientos sancionadores respecto a las infracciones establecidas en el presente Real Decreto en el ámbito de su competencia, según la vigente legislación de Régimen Local.

19.6.- Las Corporaciones Locales serán competentes para imponer las sanciones correspondientes a las infracciones referidas en el apartado anterior hasta el límite de cuantía que para el ejercicio de la potestad sancionadora establezca en cada caso la legislación de Régimen Local.

Lev 2/1990, de 5 de abril, de creación del Servicio
de Salud de la Región de Murcia.

ARTICULADO

CONTENIDO

TÍTULO I

Art.º-3 :

NATURALEZA, COMPETENCIA Y FUNCIONES.

El Servicio de Salud de la Región de Murcia ejercerá las siguientes funciones:

j) Vigilar el correcto estado en que los distintos productos, tanto alimentarios como medicamentos, deben encontrarse para su adecuado consumo.

4 LOS MERCADOS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA

La Dirección General de Comercio y Artesanía realiza en 1989 una encuesta que se pasa a la totalidad de los ayuntamientos de la región de Murcia cuya finalidad básica es detectar las características funcionales y estructurales de los mercados de abastos. En dicho año se encuentran censados un total de 40 mercados de abastos que ocupan una superficie global de 48.787 metros cuadrados e integran a un total de 1.745 puestos. Con respecto al censo de establecimientos comerciales elaborado, en 1982, dentro del Programa de Tratamiento Integral del Comercio de la Región de Murcia¹, resulta que en dicho periodo temporal se crean 5 nuevos mercados municipales, que el número de puestos se incrementa un 27% y que la superficie, sin embargo, disminuye en casi un 12%.

4.1 LOCALIZACIÓN Y CONDICIONES DE ACCESO

Localización

La región cuenta en 1989 con un total de 40 mercados de abastos, contando el de Fortuna aún sin finalizar, repartidos entre 26 municipios. El ayuntamiento que cuenta con mayor número de estos mercados municipales es el de Murcia con 8 (Verónicas, Alameda de Capuchinos, Saavedra Fajardo, Visabella, San Andrés, Espinardo, Cabezo de Torres y La Albenca), en tanto que poblaciones como Alcázarilla, Cartagena, Cieza, Jumilla, Lorca, Mazarrón y Yecla cuentan con 2, los 18 restantes sólo tienen uno (Abanín, Aguilas, Alguazas, Alhama, Archena, Blanca, Bullas, Calasparra, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Fortuna, Moratilla, Mula, Píego, Ricote, Torres de Cotillas, Totana y La Unión). Esto significa que se localizan, preferentemente, en los municipios de menos de 20.000 habitantes (45,0%), seguido por los comprendidos entre 20.000 y 50.000 habitantes (25,0%), Murcia (20%), Cartagena y Lorca con un 5% cada uno.

Emplazamiento

La mayor parte de los mercados de abastos suelen ser edificios singulares (67,5%) que se

localizan dentro del casco urbano (62,5%) y el resto en pedanías como en el caso de Murcia o barrios periféricos (37,5%).

Valoración urbanística

Dicha valoración se realiza sobre diversos indicadores urbanísticos:

i) Centralidad. Para el conjunto se obtiene una valoración bastante positiva: buena (45%), muy buena (37,5%), excelente (12,5%) y regular (5%). La mejor valoración se realiza en los municipios de <20.000 habitantes y esto ligado a la circunstancia de ocupar un edificio singular independiente (véase cuadro 9).

ii) Acceso peatonal. La valoración urbanística general también es bastante positiva: buena (55%), muy buena (33%) y excelente (10%). Las mejores valoraciones son efectuadas por los municipios de <50.000 habitantes y en mercados ubicados en edificio independiente (véase cuadro 10).

iii) Acceso de vehículos. Aspecto este esencial que determina la afluencia de consumidores a los mercados municipales. A pesar de que las plazas de abasto suelen estar ubicadas en los recintos históricos, a veces, de difícil acceso del tráfico rodado, la valoración que realizan los técnicos municipales es positiva: buena (40%), excelente (12,5%), muy buena (10%), regular (27,5%) y mala (10%). En el caso concreto de Murcia se hace una mejor valoración: buena (75%) y muy buena (25%). En Cartagena se reparte al 50% en buena y mala. En cambio, Lorca considera su localización en un 100% mala. Los ayuntamientos que dicen tener mejores accesos son los de <20.000 habitantes con el 78% de los casos. Los ayuntamientos intermedios, entre 20-50.000 habitantes son menos optimistas y valoran un 80% regular (véase cuadro 11).

CUADRO 9

Cuadro comparativo de valoración urbanística de centralidad y condiciones globales de ubicación de los Mercados de Abastos

Valoración	Centralidad (%)	Condiciones globales de ubicación
Excelente	12,5	2,5
Muy buena	37,5	12,5
Buena	45,0	67,5
Regular	5,0	17,5
Mala	-	-

CUADRO 10

Valoración urbanística del aspecto «acceso de vehículos»

	% A nivel regional	% Murcia	% Cartagena	% Lorca	% entre 20-50 M. hab.	% menos de 20 M. hab.
Excelente	12,5	-	-	-	10	22,2
Muy buena	10	25	-	-	-	11,1
Buena	40	75	50	-	10	61,4
Regular	27,5	-	-	-	80	16,7
Mala	10	-	50	100	-	5,6
NS/NC	-	-	-	-	-	-
Total	100	100	100	100	100	100

CUADRO 11
Valoración urbanística del aspecto «aparcamiento»

	% A nivel regional	% Murcia	% Canogena	% Lorca	% entre 20-50 M. hab.	% menos de 20 M. hab.
Excelente	2,5	-	-	-	-	5,6
Muy buena	12,5	25	-	-	-	16,7
Buena	27,5	37,5	50	-	10	33,3
Regular	15	-	-	-	20	22,2
Mala	35	-	50	100	70	22,2
NS/NC	7,5	37,5	-	-	-	-
Total	100	100	100	100	100	100

4.2 TIPOLOGÍA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS EDIFICIOS

Edificación

Las plazas de abastos actuales son edificadas por término medio en el año 1964. Siguiendo un criterio temporal, la mayor parte de los edificios son construidos con anterioridad a 1960 (27,3%), de 1961-1977 (22,5%) y después de 1977 (25,0%). Los materiales empleados en la construcción de su estructura en su mayor parte es de hormigón (57,5%), no habiendo sido realizadas reformas importantes de los mercados en un 52,9% de los casos (frente a un 45,0% que sí la han tenido). La evaluación arquitectónica del edificio en líneas generales es buena (65%), así como en cuanto a su estructura (72,5%), ventilación (55,0%), iluminación (57,5%) y evaluación global del edificio (57,5%) (véase cuadros 12 y 13).

CUADRO 12
Evaluación de la ventilación del edificio

	Lorca	Bajo planta pública	Planta bajo pública	Edificio adosado	Edificio singular indep.	Total	%
Totales	1	4	5	2	27	40	100
Excelente	-	1	-	-	3	4	10
Muy buena	-	-	1	-	8	9	22,5
Buena	1	2	4	2	13	22	55
Regular	-	-	1	-	2	3	7,5
Mala	-	1	-	-	-	1	2,5
NS/NC	-	-	-	-	1	1	-

CUADRO 13
Evaluación de la iluminación natural del edificio

	Lorca	Bajo planta pública	Planta bajo pública	Edificio adogado	Edificio singular indep.	Total	%
Totales	1	4	5	2	27	40	100
Excelente	-	-	-	-	2	2	5
Muy buena	-	1	-	-	7	8	20
Buena	1	2	4	1	15	23	57,5
Regular	-	1	2	1	2	6	15
Mala	-	-	-	-	1	1	2,5
NS/NC	-	-	-	-	-	-	-

Materiales

Los materiales de construcción utilizados en estos edificios son diversos. Cabe señalar que en sus estructuras predominan el hormigón (57,5%), la estructura metálica (15,0%), muros de carga (15,0%) y el hierro (12,5%). Existe un mercado cuya estructura es de madera, el de Calasparra, terminada su construcción en 1952.

En las fachadas predominan las que están enfoscadas/pintadas (62,5%) y ladrillo visto (35,0%). En la cubierta los materiales más empleados son el fibrocemento (27,5%), las tejas (27,5%) y el hormigón impermeabilizado. En el solado los materiales más utilizados es el terrazo (75,0%), baldosa (20,0%) y cemento (10,0%).

Reformas

A pesar de que la fecha media de antigüedad de construcción de los mercados de abastos a nivel regional es considerable, de 1964, resulta significativo que, en su mayor parte, no hayan realizado desde su construcción reformas importantes (52,5%). Las obras más significativas de los mercados municipales pueden apreciarse en el cuadro 14.

CUADRO 14
Reformas llevadas a cabo en los mercados de abasto hasta 1990

MUNICIPIO	AÑO CONSTRUCCION	REFORMA
Alicante/Elia: Mercado San Pedro	-	- Acondicionamiento de anexo lateral para ubicación de puestos de verduras.
Mercado Campomar	-	- Reestructuración de puestos y casetas laterales.
Ahama de Murcia	1.928	- Reconstruido y remodelado en 1.982
Coraspara	1.952	- Recubrimiento del patio central con estructura metálica y placas de fibrocemento.
Caravaca de la Cruz	1.927	- Solado completo de terrazo (antes cemento macado) y recubrimiento, con placas de fibrocemento, de las zonas de público. Obras realizadas en 1.985.
Catagón	1.971	- Impermeabilización de cubierta en 1ª planta y cambio de terrazo por pladuro antioleante.
Jumilla: Mercado Central	1.956	- Reparación de cubierta, solado y nueva distribución de puestos.
San Juan	1.982	- Reparación de desagües.
Lorca: Mercado de Abastos	1.982	- Reparación de cubierta, evacuación de aguas pluviales, pintura, acristalado y ceramato.
Moratala	1.972	- Instalación eléctrica, casetas y mejora de albañilería en casetas.
Murcia: Verónica	1.890	- Planta intermedia sobre edificio antiguo.
San Pedro Fajardo	1.960	- Reducción de número de plantas dedicadas a Mercado.
Pilego	1.957	- En septiembre de 1.989 se finalizan las obras de reforma total del interior.
Torralba	1.982	- Accesos para minusválidos y fabricado de planta superior para destinar espacios a actividades culturales.
La Unión	1.977	- Reparación sustancial por mantenimiento y adecuación de servicios.
Ricote	1.986	- Recalce y consolidación estructural, llevado a cabo en 1.988.
Las Torres de Cotillas	-	Reparación general.

4.3 FUNCIONAMIENTO

Superficie

Los mercados de abastos de la región de Murcia tienen por término medio una superficie construida de 696 metros cuadrados. En su mayor parte sólo cuentan con una planta (67,5%) o

dos plantas (20,0%). Por poblaciones esta media se incrementa en Murcia, 1.501,9 m²; Cartagena, 1.386,4 m²; Lorca, 1.251 m² y disminuye en municipios con población de menos de 20.000 habitantes a 322,4 m² y a 277,7 m² en las poblaciones entre 20.000 y 50.000 habitantes.

Ubicación

La mayor parte de los mercados municipales de abastos se encuentran ubicados en un edificio singular (67,5%), siguiéndole en importancia los localizados en planta baja (17,5%), bajo plaza pública (12,5%), en edificio adosado (7,5%), en edificio de viviendas (2,5%) se corresponde con el mercado situado en el barrio del Carmen, sino en la Alameda de Capuchinos en Murcia y otros (2,5%). Por fines y tipo de mercado, la superficie media total, en metros cuadrados, se reparte de la siguiente forma:

CUADRO 15
Superficie media (m²) por finalidad y tipo de mercado.

	Total Región	Lorca	Bajo plaza pública	Planta baja pública	Edificio adosado	Edificio singular indep.
Venta	580,3	992	97,1	755,3	1002,2	533,8
Carga y descarga	142,7	-	-	806,7	-	58,1
Almacenamiento	21	-	-	25,5	-	21,8
Cámaras frigoríficas	8,5	-	5,6	32,8	15	2,5
Otros servicios	32,7	12	3,1	23,6	5,6	44,8

Antigüedad

El mercado más antiguo de la región de Murcia es el de Verónicas, en Murcia, terminado en el año 1890, el más moderno se encuentra en Fortuna. La media regional se sitúa en torno a 1964.

Plantas

Las plazas de abastos cuentan de forma mayoritaria con una única planta edificada (67,5%), frente a los que disponen de 2 plantas (20,0%), 3 plantas (7,5%) y un único mercado municipal con 4 plantas (mercado de Saavedra Fajardo, en Murcia). Resulta mayoritario el mercado sin sótano (92,5%) o sin semisótano (87,5%).

Actividad principal

En la planta baja se suelen situar preferentemente los puestos de frutas y verduras (37,5%), los de carne/charcutería (35,0%), sin preponderancia (10,0%), pescado (5%) y otros (7,5%). En la planta primera la actividad principal vuelve a repetir un resultado parecido (véase cuadros 16 y 17).

Servicios disponibles

Los ayuntamientos dicen disponer de los siguientes servicios: aseos públicos (90,0%), limpieza permanente (67,5%), zona de carga y descarga (65,0%), cuarto para depositar la basura (45,0%), oficinas (37,5%), almacén general (20,0%), ascensor o montacargas (15,0%), oficina OMIC (15,0%) y otros (22,5%).

Normativa municipal

En su mayor parte los ayuntamientos cuentan con una normativa u ordenanza municipal que regula la actividad (55,0%). Los tres municipios más importantes en términos poblacionales (Murcia, Cartagena y Lorca) cuentan con dicha ordenanza, así como un 70,0% de los municipios intermedios de entre 20-50.000 habitantes y un 27,8% de los menores de 20.000 habitantes.

CUADRO 16
Media de número de puestos por actividad, en los mercados de abasto de la Región de Murcia, dependiendo de la localidad

	Media regional	Murcia	Cartagena	Lorca	Entre 20-50 M. habit.	Menos de 20 M. habit.
Carnes	9	11	14	24	10	5
Pescado	6	11	22	2	6	3
Frutas y verduras	15	23	38	20	14	9
Lácteos y deriv.	3	1	0	0	1	5
Frutos secos y variantes	3	2	2	0	2	4
Pollería y aves	3	4	0	0	3	3
Congelados	3	6	2	0	1	2
Ultramarinos	5	5	15	17	6	3
Charcutería	4	8	0	0	0	0
Cochinados y precocinados	1	1	0	0	0	0
Otros	8	12	7	8	7	6
Total media nº de puestos	27	35	28	19	30	23

CUADRO 17
Media de número de puestos por actividad, en los mercados de abasto de la Región de Murcia, dependiendo del tipo de mercado.

	Media regional	Lanja	Bajo planta pública	Planta baja pública	Edificio adosado	Edificio singular independiente
Carnes	9	12	2	7	13	10
Pescado	7	12	2	6	9	7
Frutas y verduras	15	19	5	15	16	17
Lácteos y deriv.	3	0	1	3	0	3
Frutos secos y variantes	3	1	1	4	6	2
Pollería y aves	3	0	1	2	4	3
Congelados	3	0	0	2	6	3
Ultramarinos	5	0	2	2	1	5
Charcutería	4	0	2	3	17	4
Cochinados y precocinados	1	0	0	1	1	1
Otros	8	6	5	9	10	8
Total media nº de puestos	27	54	18	35	21	27

CUADRO 18
Numero de puestos por mercados y actividad

MERCADO	Base	Perseo	Base + varios	Letras + varios	Perse base	Perse varios	Compras	Atenciones	Compras	Compras	Base	Total
Asocio	7	2	15	7	5	5	0	6	2	0	4	53
Asocio	20	17	66	0	0	5	1	8	13	0	0	130
Autocentro												
- San Pedro	17	11	7	0	0	1	0	0	0	0	0	36
- Comodoro	12	5	4	0	2	0	0	0	0	0	4	27
Asocio	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	10	15
Asocio de Marca	8	4	5	0	0	0	0	0	2	0	7	26
Asocio	8	2	60	5	9	3	1	5	7	0	3	103
Asocio	2	3	12	0	2	2	0	7	3	0	5	36
Buena	2	2	1	0	0	1	0	3	2	0	15	25
Comodoro	14	4	7	0	0	4	0	1	0	0	0	30
Comodoro de la Cruz	10	2	7	0	0	0	0	3	0	0	6	28
Comodoro												
- P.F. Comodoro	14	34	64	0	2	0	2	10	0	0	9	135
- Base	0	11	12	0	0	0	0	0	0	0	5	28
Comod	8	4	2	0	0	2	0	5	2	0	18	41
Casa												
- P. de Base	16	4	8	0	0	5	0	11	0	0	19	63
- Com. P. de	3	0	1	0	0	1	0	4	0	0	0	9
Estable (de varios)												
Juan												
- Acta (varios)	8	3	3	0	0	0	1	1	0	0	0	16
- P.F. de San Juan	3	0	5	1	1	1	0	2	0	0	0	13
Juan												
- Hombres	4	3	12	0	0	0	0	0	0	0	0	19
- Asocio	45	2	29	0	0	0	0	17	1	0	8	102
Maldonado												
- P. de Comodoro	1	2	4	0	0	0	0	0	1	0	0	8
- P. de	0	6	12	0	3	0	1	2	1	0	5	29
Moravia	2	3	3	0	0	0	3	1	0	0	0	12
Mur	8	3	8	0	0	0	0	4	0	0	2	25
Mur												
- Varadero	8	10	9	1	1	3	1	6	1	1	7	48
- Varadero	31	27	103	0	3	8	10	12	7	0	36	236
- Comod.	12	12	19	0	1	0	0	4	0	0	6	54
- Buenos Puertos	22	20	39	0	6	5	6	3	7	1	17	126
- San Andrés	4	6	7	0	1	0	0	4	0	1	5	28
- Base	5	3	3	0	1	1	0	3	0	0	3	19
- Comodoro de Tomo	5	3	6	0	0	0	0	5	0	1	9	29
- La Aurora	4	6	6	0	0	0	0	6	0	0	11	33
Paso	2	3	3	0	0	0	0	1	0	0	4	13
Torona	4	2	2	0	0	0	0	2	1	0	1	12
La Unión	3	3	3	2	0	0	0	3	2	0	1	17
Reon	2	1	2	0	1	0	0	1	0	0	5	12
Tomo de Comod	5	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	9
Ulla												
- San Comodoro	6	3	10	0	0	0	0	2	0	0	1	22
- Comod	10	6	28	0	2	0	0	14	0	0	0	60
Total	336	236	589	16	40	47	26	157	52	4	225	1728

5 LOS DETALLISTAS DE LOS MERCADOS DE ABASTOS

La muestra

La encuesta pasada a los detallistas de mercados de abasto se realiza entre los meses de noviembre de 1989 y mayo de 1990. La muestra se selecciona de un universo que abarca un total de 1.728 comerciantes censados por los ayuntamientos en toda la región. Para una probabilidad de la hipótesis $p=q=50\%$, un 95% de margen de confianza y un margen de error de un 5%, se toma una muestra a 332 detallistas de forma aleatoria (161 encuestas se realizan en Murcia, 22 en Cartagena, 8 en Lorca, 58 en poblaciones entre 20 y 50 mil habitantes y 83 en poblaciones de menos de 20 mil habitantes). Por actividades, las encuestas se realizan a 71 detallistas de carnes, 56 de pescados, 103 de frutas y verduras, 8 de frutos secos, 7 de pollería y aves, 6 de congelados, 32 de ultramarinos, 15 de charcutería y 34 de otros. El tratamiento de datos lo realiza ODEC SA (Gandía).

5.1 PERFIL DEL COMERCIANTE

Edad

De los 1.728 comerciantes de mercados de abastos censados por los ayuntamientos la mayor parte tienen entre 46 y 60 años de edad (45,8%), seguidos por los que tienen entre 30 y 45 años (34,6%), con menos de 30 años (13,0%) y con más de 60 (6,6%).

Sexo

En el 60% de los casos el propietario del puesto suele ser varón, frente a un 40% de mujeres.

Estado civil

Mayoritariamente, el comerciante es una persona casada en el 86% de los casos, en menor medida soltero con un 12%.

Formación

Los estudios realizados por el comerciante son, en su mayor parte, estudios primarios en el 51% de los casos, o sin ningún tipo de estudios (38%). Minoritario resulta el número de comerciantes con estudios de carácter medio (9,6%) o superior (1,2%) (véase cuadro 19).

Actividad

Los pláceres suelen ser trabajadores dedicados en exclusiva al sector de la distribución comercial en el 92% de los casos, el 8% restante declara realizar actividades complementarias.

CUADRO 19
Grado de formación (%) de los detallistas de mercados de abasto

Estudios realizados	Menos de 30 años	Entre 30 y 45 años	Entre 46 y 60 años	Más de 60 años
Sin estudios primarios	2,3	17,4	58,6	72,7
Estudios primarios	66,2	47,0	38,2	22,7
Estudios medios	30,2	13,0	3,0	4,6
Estudios universitarios	2,3	1,7	0,7	-
NS/NC	-	0,9	0,5	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

5.2 CONDICIONES DEL PUESTO

Antigüedad

La antigüedad media del comerciante en el mercado municipal es de 16 años. Predominan detallistas que lo tienen desde hace 26 a 30 años (10,5%), seguidos en número por los que lo tienen más de 36 años (9,6%).

Superficie ocupada

Los puestos, según los comerciantes, tienen una superficie media de 12,3 m² a nivel regional. En Murcia, por ejemplo, esta media aumenta a 13,7 m² y en Lorca hasta 14,4 m², las poblaciones de menos de 30 mil habitantes mantienen la media regional y ésta disminuye en las poblaciones entre 20 a 50 mil habitantes, a 11,2 m² y en Cartagena a 10,9 m², de media.

Rotulación

La mayor parte de los puestos no tienen rotulación permanente (60,8%), ni tampoco disponen de rotulación transitoria (91,3%). En cambio, con rotulación informativa cuentan la mayoría de los puestos (63,9%).

Horario

El horario más usual de apertura de los puestos para los comerciantes es con anterioridad a las 8 horas (70%), mientras que el de cierre más frecuente se produce no antes de las 14.00 horas (64,5%).

Empleo

Normalmente, los puestos sólo se encuentran atendidos por el titular (57%), mientras que resulta mucho menos frecuente encontrar 2 personas (31,6%), 3 personas (6,3%) o más de 3 personas (3,9%).

5.3 RELACIÓN COMERCIAL CON EL CLIENTE

Motivación de la compra

Entre los motivos que el comprador habitual considera preferentes a la hora de realizar sus compras en los mercados de abastos se encuentran: calidad de los productos (60,5%), tradición (49,4%), variedad de puestos (48,5%), ubicación (38,3%), precios baratos (38%), trato al cliente (36,4%) y comodidad (31,3%).

Periodicidad

La periodicidad más señalada con que acude el cliente habitual al mercado, en opinión del comerciante, es 2 veces por semana (39,2%), seguida de 1 vez a la semana (21,1%) y los que lo hacen a diario (16,0%).

Tipo de producto más vendido

Los productos más comprados habitualmente son los frescos y naturales (76,4%), seguidos de elaborados o manipulados (21,1%), congelados (3,0%), y otros productos (5,1%).

Hora de afluencia

Los vendedores opinan que la hora de mayor afluencia de público a sus puestos es la que va de las 11 a 12 de la mañana (61,4%), seguido por las 10 a las 11 (22,6%). La hora más baja de afluencia de público es de 9 a 10 (1,2%) y a partir de las 12 (6,0%).

Fidelización de la clientela

El cliente del mercado de abastos suele ser habitual a los mismos puestos, así lo afirman el 89,8% de detallistas. Por tipo de clientes señalar que esta fidelización suele ser mayor en el caso de los particulares (93,4%), seguidos de hoteles (20,0%), bares (19,2%) y restaurantes (17,2%).

Tipo de cliente

Los clientes habituales de los mercados de abastos en su inmensa mayoría son mujeres, 80,7%, si bien es cierto que varía este porcentaje dependiendo de la población, así que los comerciantes de Murcia y Cartagena manifiestan que un 77,42% y 61,82%, respectivamente, de su público es femenino, mientras que en Lorca es el 86,25%, en poblaciones entre 20 y 50 mil habitantes es el 84,70% y en poblaciones con menos de 20 mil habitantes el 89,05%.

Edad del cliente

La edad de los compradores, para el comerciante, mayormente, se sitúa entre los 46 y 60 años (46,4%), seguida de los que tienen entre 35 y 50 (23,8%), mayores de 65 años (5,7%) y los de menos de 35 (3,3%). Es en este sentido también son las mujeres las que realizan el mayor volumen de compras en los mercados municipales (74,0%).

Valor de la compra

El importe de cada venta, por término medio, predominan las realizadas por menos de 500 pesetas (46,4%), las realizadas entre 500 y 1.000 pesetas (39,5%), entre 1.000 y 2.000 pesetas (10,2%), entre las 2.000 y 3.000 (2,1%) y, más de 3.000 pesetas (0,6%).

Duración del acto de la venta

La mayor parte de los comerciantes necesitan de 2 a 5 minutos para atender a cada cliente (el 64,5%), de 1 a 2 minutos (15,7%), más de 5 minutos (14,2%) y menos de 1 minuto (3,0%).

5.4 VALORACIÓN DEL MERCADO

Valoración del edificio

La evaluación que hacen los comerciantes sobre los edificios de los mercados de abastos es más exigente y crítica que la realizada por los Ayuntamientos, de la que difiere bastante (véase cuadro 20). La evaluación global, no obstante, resulta buena en el 43,7% de los casos, regular (29,5%) y mala (17,5%). Los que consideran que su estado es excelente o muy buena apenas suponen un 4,5%.

CUADRO 20
Evaluación (%) de los edificios por los comerciantes

Valoración	Arquitectónica	Estructura	Ventilación	Iluminación natural	Evaluación global
Excelente	5,7	2,4	3,9	1,3	1,3
Muy buena	6,3	6,0	7,5	4,2	3,3
Buena	40,7	43,1	50,6	45,5	43,7
Regular	23,8	21,4	16,9	20,5	29,5
Mala	20,5	23,8	18,4	25,6	17,5
NS/NC	3,0	3,3	2,7	2,7	4,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Valoración de los servicios

Entre los servicios que los comerciantes mejorarían con carácter prioritario en los mercados de abastos se encuentran los siguientes: limpieza (57,5%), zona de carga y descarga (44,9%), ascos públicos (34,9%), ascensores/montacargas (20,2%), ventilación forzada de aire (7,8%), oficinas (4,5%), cuarto de basuras (3,6%) y almacén general (2,4%).

Limpieza

Los comerciantes califican la limpieza de los mercados de abastos como buena en el 41,9% de los casos, seguida por regular (30,7%), mala (23,5%), excelente o muy buena (3,0%). Cuando la valoración de la limpieza se efectúa sobre el propio puesto en su mayor parte consideran que es buena (69,9%), regular (14,8%) o excelente y muy buena (8,7%), frente a un 5,7% que valora de forma negativa.

Mejora del mercado municipal

Los detallistas opinan que los actuales problemas de los mercados de abastos tienen solución (82,55) y que su resolución le corresponde, principalmente, a los Ayuntamientos (79,5%), situando en segundo lugar a las asociaciones de comerciantes de plazas de abastos (38,9%), y, en tercer lugar, ellos mismos (13,9%). Una campaña publicitaria dirigida a promocionar la venta en este tipo de establecimientos comerciales estaría bien valorado por el 86,7% de los detallistas.

Valoración sobre el futuro

En general, el futuro de los mercados de abastos es visto por la mayor parte de los comerciantes con pesimismo por el 47,3% de los casos, o bien regular (30,4%). En sentido opuesto, los que tienen una opinión positiva (como buena, muy buena o excelente) representan sólo un 22,0%.

6 USUARIOS DE LOS MERCADOS DE ABASTOS MUNICIPALES

La muestra

El trabajo de campo sobre los usuarios/as de los mercados de abasto se realiza entre los meses de noviembre de 1989 a julio de 1990. La muestra se selecciona entre un universo que abarca un total indeterminado de usuarios habituales de las plazas de abastos. Para una probabilidad de la hipótesis $p=q=50\%$, un 95% de margen de confianza y un margen de error de un 10%, se toma una muestra de 348 usuarios habituales en los mercados de los siguientes municipios: Aguilas, 7 encuestas; Alcantarilla, 11; Cartagena, 67; Lorca, 26; Murcia, 120 y 117 encuestas en las poblaciones, de menos de 20 mil habitantes, de Archena, Cehegín, Mazarrón, Mula, Ricote, Las Torres de Cofillas y Totana. El tratamiento de datos lo realiza OJEC SA (Gandía).

6.1 PERFIL DEL USUARIO

Edad

La edad más usual de los clientes de las plazas de abastos se sitúa entre los 30 y 45 años (49,1%), seguidos de los entre 46 y 60 años (31,0%), los menores de 30 años (14,4%) y los más de 60 años (5,2%).

Sexo

Los usuarios de las plazas de abastos suelen ser en su gran mayoría mujeres (85,6%), frente a una participación bastante minoritaria del varón (14,4%).

Estado civil

Mayoritariamente, el usuario es una persona casada en el 83,0% de los casos, en menor medida soltero con un 9,2%.

Formación

El nivel de formación mayoritario en los usuarios es de estudios primarios (50,9%) y cuya edad, principalmente, se sitúa entre los 30 y 45 años (38,0%). Le siguen en importancia los que no tienen ningún tipo de estudios (25,9%), siendo éstos personas cuya edad superan siempre los 45 años. En último lugar se encuentran los que tienen estudios medios (17,2%) y universitarios (6,0%). Sus edades se sitúan por debajo de los 45 años.

Lugar de residencia

La frecuencia de asiduidad está relacionada con el lugar de residencia de los compradores usuales de las plazas de abastos. En este sentido señalar que los usuarios más asiduos son individuos que viven en el mismo barrio donde se localiza el mercado (55,2%), seguidos por los que se sitúan en otros barrios (36,2%), teniendo muy poca relevancia los que se sitúan en pedanías (8,1%).

Medio de transporte

El comprador habitual de una plaza de abastos suele acudir al mercado, en su aplastante mayoría, a pie (81,0%), seguido por los que utilizan en su desplazamiento el vehículo particular (14,1%) o el autobús (4,9%).

Tiempo utilizado en el desplazamiento

El tiempo utilizado por los compradores de plazas de abastos, en la mayoría de las ocasiones, suele ser de entre 5 y 10 minutos (48,6%), menos de 5 minutos (31,0%), entre 11 o 20 minutos (16,7%) y más de 20 minutos (2,6%).

6.2 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPRA

Antigüedad

Coincidiendo con lo que declaran los comerciantes los usuarios de los mercados de abastos son asiduos clientes. La mayor parte de éstos manifiesta ser comprador habitual desde hace más de 10 años (55,7%), en este caso, el grado de fidelización está relacionado directamente con la edad del individuo, es decir, que a mayor edad el grado de asiduidad se hace creciente.

Frecuencia semanal

La frecuencia con que acuden los usuarios de los mercados de abastos es, mayormente, de 2 veces a la semana (32,8%), seguida de los que acuden 3 veces (22,7%), a diario (22,1%) y 1 vez a la semana (12,6%).

Día de mayor afluencia

Los días de la semana que los usuarios de los mercados de abastos prefirieron para ir de compras, en orden decreciente, son: sábado (66,7%), martes (48,6%), miércoles (47,7%), viernes (42,8%), jueves (39,9%) y lunes (21,3%).

Horario de compra

La hora preferida por el usuario de las plazas de abastos para hacer la compra suele ser de 9 a 10 horas (30,3%), seguido de 10 a 11 (27,6%), de 11 a 12 (23,9%), de 12 a 13 (14,4%) y en menor medida en otros horarios como, por ejemplo, antes de las 9 (4,0%) o después de las 13 horas (2,0%).

Duración

El tiempo medio que emplea el usuario normal de plazas de abastos en realizar la compra es de 45 a 60 minutos (41,7%), seguido por los que tardan de 30 a 45 minutos (39,4%), de 60 a 90 minutos (13,2%) o menos de 30 minutos (4,0%).

Concurrencia

Generalmente, el comprador suele acudir al mercado solo (71,0%) y en mucha menor medida acompañado (27,9%). En este segundo caso, el acompañante suele ser su pareja (41,2%), algún vecino (25,8%), un familiar (14,4%), un hijo (12,4%) o un amigo (5,2%).

Fidelización

El comprador del mercado de abastos resulta ser, en su mayor parte, además un cliente habitual de otros mercados y establecimientos comerciales (87,9%), por lo que podrá afirmarse que el mercado cautivo de los mercados municipales no supera el 11,2% de clientes habituales. Por orden de importancia, los establecimientos comerciales o mercados a los que también acuden son, preferentemente, el supermercado (60,1%), mercado semanal (54,9%), hipermercado (37,3%), tienda tradicional (23,5%) y otros mercados de abastos (3,3%).

Motivación de la compra

Entre los motivos que el comprador considera preferentes a la hora de realizar sus compras en los mercados de abastos, según un orden decreciente, se encuentran los siguientes: calidad (73,3%), comodidad (55,7%), ubicación del mercado (53,7%), variedad de puestos (43,7%), tradición (42,8%), precios baratos (26,1%) y trato al cliente (16,4%).

Tipología de comprador

El comprador usual de los mercados de abastos suelen ser, mayoritariamente, individuos (94,0%), frente a bares (4,9%), restaurantes (2,3%), hoteles (0,6%) y tiendas (0,6%).

Cesta de la compra

La cesta de la compra que un cliente medio realiza de forma habitual contiene, básicamente, productos frescos y naturales (98,6%), elaborados (75,0%), congelados (50,0%) y otros productos (13,2%).

Calidad de los productos

La evaluación que los compradores habituales de las plazas de abastos realizan respecto a la calidad de los productos que se ofertan suele tener la aprobación de casi la totalidad de los mismos: buena (78,7%), muy buena (15,5%), excelente (2,0%) y regular (1,1%). Por tipo de productos, la valoración más alta se realiza con relación a la carne, charcutería, ultramarinos, frutas y hortalizas. Una menor consideración tienen productos como los pescados, pollería y aves, frutos secos y congelados. Comparativamente con otros formatos de venta y con relación a la calidad global de los productos, el usuario realiza una mejor valoración de los mercados de abastos (87,1%) frente a los ofertados en establecimientos gestionados en régimen de libre servicio (4,6%).

Relación calidad/precio

Los usuarios habituales de los mercados de abastos consideran, en términos globales, que la mejor relación calidad/precio de los productos que suponen la cesta de compra cotidiana, y con relación a otros formatos comerciales, se encuentra en el propio mercado municipal (65,8%), frente a los que la sitúan en los comercios de libre servicio (12,9%). Por tipo de productos, la mejor ponderación se realiza con relación a los siguientes productos de alimentación: carne (89,1%), pescado (82,5%), pollería y aves (76,4%), charcutería (73,9%), ultramarinos (50,9%), frutas y hortalizas (47,7%). Los productos de alimentación que tienen en los comercios de libre servicio un índice de ponderación calidad/precio mayor, son los siguientes: lácteos y derivados (69,3%), congelados (53,2%) y frutos secos (34,8%).

Compra media

La compra media que realizan los usuarios habituales de los mercados de abastos, siguiendo un orden decreciente, es la siguiente: entre 2.000 y 3.000 ptas. (37,9%), entre 3.000 y 5.000 ptas. (24,7%), de 1.000 a 2.000 (17,5%), más de 5.000 (12,9%) y menos de 1.000 ptas. (5,2%).

Compra de fin semana

Existe una relación de total igualdad de los compradores que tienen por costumbre realizar compras de cara al fin de semana, con respecto a los que no suelen hacerlo (49,1%). La motivación principal es la necesidad de acopiar productos de alimentación de cara al fin de semana (93,0%), realizar la compra fuerte por imposibilidad material de acudir otro día de la semana (8,2%) o buscar la mejor calidad de los productos en ese momento (4,7%).

6.3 FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO Y PERSPECTIVAS

Horario de apertura

Los usuarios de los mercados de abastos valoran, en su mayor parte, de forma positiva su horario de apertura (89,6%), frente a los que lo consideran regular (6,3%) o mal (2,9%). También consideran éstos, de forma mayoritaria, que resulta innecesario su modificación (68,7%). Entre los que piensan que debería cambiar (13,5%), éstos suelen ser individuos que no superan los 45 años (31,9%), la mayor parte piensan que el mercado debería abrir también todas las tardes (57,4%), abrir al menos los viernes y sábados por las tardes (36,2%) o no cerrar al mediodía (4,8%).

Servicios de los mercados municipales

Los usuarios vienen prácticamente a coincidir con los detallistas en cuanto a los servicios que los mercados de abastos deben mejorar, en este sentido, recomiendan actuar en los siguientes servicios: limpieza (48,3%), zona de carga y descarga (19,0%), aireación mediante extracción forzada (16,7%), aseos públicos (15,8%), ascensor/montacargas (13,5%) y otras como iluminación, mayor variedad de productos ofertados, etc. (12,6%).

Limpieza

El usuario coincide con los comerciantes en destacar el tema de la limpieza e igualmente viene a demandar en el mercado la inclusión de un servicio permanente. La opinión que tienen de la limpieza del mercado es positiva en el 51,1% de los casos, mientras que con respecto a los puestos de venta aumenta al 72,7% de los compradores.

Perspectivas de futuro

La idea que los usuarios habituales tienen respecto al futuro de los mercados de abastos es, en su mayor parte, positiva siendo valorada como buena (54,0%) o muy buena (3,2%), mientras que los que tienen una idea no tan optimista de las plazas se distribuyen, casi a partes iguales, entre los que ven un devenir regular (22,4%) y malo (19,0%).

7 PLAN DE MODERNIZACIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES EN MURCIA

7.1 INTRODUCCIÓN

En estos últimos años los cambios experimentados por los mercados minoristas de abastos sufren el importante impacto de las variaciones del entorno comercial, por el lado de la oferta, la apertura de grandes superficies polivalentes de alimentación: hipermercados y supermercados grandes de más de 1.000 m². Del lado de la demanda, se consolidan nuevos tipos de unidades familiares y hábitos de compra que generan cambios sustanciales en el modelo de comportamiento de los usuarios murcianos:

- Disminuye la compra diaria y se sustituye por varias compras a la semana.
- La proliferación de los productos preparados y congelados en los hogares.
- Disminuye el tamaño medio familiar, debido al descenso del índice de natalidad.
- Se desplaza la población del casco antiguo a nuevos barrios residenciales de periferia.
- Se incrementa el grado de motorización de los hogares.
- Se incorpora el hombre a la compra.
- Se concentran las compras de bienes básicos y alimentarios en los fines de semana.
- Se reduce el tiempo libre dedicado a la compra alimentaria y se incrementa el empleado en la compra ocasional.

Estas circunstancias contribuyen al descenso paulatino de las ventas en los mercados

minoristas de abastos en beneficio de las compras en superficies de libre servicio como supermercados grandes, hipermercados y centros comerciales. Al mismo tiempo, los niveles de rentabilidad general de los puestos de venta de los mercados municipales, con el descenso de su penetración comercial, crea una situación problemática en gran parte de los mercados, siendo corriente encontrar puestos cerrados largo tiempo sin adquirir, o puestos que abren sólo los días de mayor afluencia comercial.

7.2 JUSTIFICACIÓN

El *Plan de Modernización de los Mercados Municipales de Abastos* es un instrumento primordial de implementación de la política municipal de comercio, en el sentido de:

I) Constituir un mecanismo esencial para modernizar el sector, dado que:

- Los mercados de abastos representan en algunas ciudades la red de establecimientos de productos perecederos más importante.

- Conforman un subsector estratégico comercial por razones de su potencialidad.

II) Ser el eje básico donde la Administración articule la formulación y ejercicio de un determinado urbanismo comercial, toda vez que:

- Son una pieza clave de la revitalización de muchos centros históricos y barrios de las ciudades.

- Su restauración mantiene el patrimonio artístico de la ciudad en algunos casos.

III) Incorporar unos sistemas de gestión modernos y profesionalizados para poder recuperar su incidencia, en los procesos de comercialización, compitiendo con las grandes superficies.

A su vez ejercen un efecto de atracción de pequeñas tiendas de proximidad a su alrededor. Cualquier acción en estos centros produce un efecto inducido automático en su entorno.

Al tratarse de venta de productos perecederos su modernización integral tanto comercial como física tiene un alto grado de efectividad y útil a largo plazo.

IV) Convertirse en unos servicios públicos no deficitarios y capaces de generar los recursos necesarios para su puesta al día.

7.3 OBJETIVOS

El *Plan de Modernización de los Mercados Municipales de Abastos* tiene por principal objetivo revitalizar esta modalidad de distribución comercial en cuanto a calidad en productos frescos, proximidad, trato personal, a la vez que corregir sus puntos débiles relativos a malo asociacionismo empresarial, escasa formación profesional, oferta comercial no adaptada a las

circunstancias actuales del mercado, ni a las exigencias del consumidor, etc. Todo ello, unido a la necesidad de mejorar sus infraestructuras en la mayoría de ellas obsoletas, así como en algunos casos adecuar su entorno urbanístico.

Adicionalmente, el Plan debe permitir otros objetivos tales como:

a) La obtención de niveles de productividad que hagan rentables y viables los mercados municipales actuales (plan de viabilidad).

b) Adecuar los mercados municipales a las nuevas necesidades y hábitos de los consumidores, integración y asociación de distintos operadores, incorporación de nuevas técnicas de venta, posibilitar nuevas actividades comerciales, etc. (remodelación de los mercados municipales).

c) Evitar que los nuevos mercados municipales que se abran en el futuro no reúnan las dimensiones, ni actividades requeridas, ni características necesarias.

d) Posibilitar la transformación parcial o integral de los distintos mercados no viables económica y socialmente (política de equilibrio competitivo).

e) Hacer compatibles los centros tradicionales de venta (mercados municipales) con las nuevas formas comerciales (política de equilibrio competitivo).

f) Evitar el sobredimensionamiento de determinadas actividades sectoriales de alimentación que están provocando un descenso en la productividad en algunos mercados en este sector (transformación de actividades).

g) Transferir actividades sobredimensionadas en un mercado a otros mercados con déficit en actividades similares o distintas (transferencia y movilidad de puestos).

En resumen, conseguir que los mercados de abastos se conviertan en auténticos centros comerciales, atractivos y de oferta comercial amplia y diversa, así como adaptada a las exigencias actuales de los consumidores. Con una adecuada modernización y dotándolos de una gerencia profesional, siendo posible coordinar el funcionamiento de varios de ellos a través de una gestión conjunta, optimizando así la oferta comercial en el ámbito local.

7.4 INSTRUMENTOS BÁSICOS

I) Estudios y proyectos

Realizar estudios y proyectos previos para la remodelación física del edificio en sus necesidades, así como presupuesto de las obras y plazos de ejecución.

II) Financiación

A través de programas conjuntos entre Ayuntamientos, Comunidad Autónoma, Asociaciones de Comerciantes del Mercado y del Estado en su caso para:

- Abaratamiento del coste de los créditos.
- Obras de remodelación de edificios.
- Construcción de mercados provisionales mientras duren las obras, según la emergencia de éstas.

III) Formación profesional

Mediante el establecimiento de curso específicos para los comerciantes de los mercados de abastos.

Difusión de nuevas técnicas de ventas.

IV) Actuación urbanística

Mediante una política urbanística flexible desarrollar actuaciones en el entorno urbano que lo requiera.

Facilitar a las Corporaciones Locales orientaciones específicas para un mejor tratamiento a los mercados de abastos en cada uno de sus ámbitos urbanos sometidos a planeamiento.

V) Gestión del Plan

Sería conveniente que los propios comerciantes de los mercados de abastos, una vez alcanzado niveles de formación adecuados y conseguidas las mejoras en infraestructuras, se conviertan en sus propios gestores, para ello habría que realizar los siguientes programas:

- Creación de agrupaciones de comerciantes de los mercados de abastos.
- Creación de estudios y diagnósis del mercado de abastos de la ciudad y área de influencia.
- Mejora de su situación y oferta comercial, creando servicios al consumidor tales como: servicio a domicilio, centralización de recogida de paquetes, ampliación de horarios, etc.
- Introducción de medios de gestión profesionalizados.
- Programas de animación y promoción comercial de dichas áreas.

8 DIRECTORIO DE MERCADOS DE ABASTOS EN LA REGIÓN DE MURCIA

LOCALIDAD	DIRECCIÓN
ABANÍAN	C/ Federico Serrav, 54 30550 Tf: 770040
AGUILAS	C/ Isabel La Católica, 3 30860 Tf: 411001
ALCANTARILLA: Mercado San Pedro Mercado de Campoamar	C/ Mayor, 32 30820 Tf: 800260 C/ Médico Pedro Nogueroles, 1 30820 Tf: 800595
ALGUAZAS	Pl. Doctor Sánchez Cañas, s/n 30560 Tf: 620022
ALHAMA DE MURCIA	Avenida Juan Carlos I, 1 30840 Tf: 630001
ARCHENA	C/ Poniente, s/n 30600 Tf: 670000
BLANCA	C/ Juan Ramón Jiménez 30540 Tf: 778011
BULLAS	Gran Vía Manuel López Conejo, 1 30180 Tf: 682042
CALASPARRA	Avenida 1º de Mayo, 13 30420 Tf: 720350
CARRIACA DE LA CRUZ	Avenida Gran Vía, s/n 30400 Tf: 702000
CARAGENA: Santa Florentina Mercado Gabriel	C/ Juan Fernández, 3 30204 Tf: 521800 C/ Gabriel, s/n. 30203 Tf: 521800
CEHESÍN	C/ Ciudad de Mataró, 5 30430 Tf: 740400
CEZA: Mercado de Abastos Mercado de Abastos	Plaza de España, s/n. 30530 Tf: 760800 C/ Comercio de Posada, 30 30530 Tf: 760800
FORFUNA	C/ Pablo Neruda, s/n. 30620 Tf: 685103
JUMILLA: Mercado de Abastos Santa San Juan	Avenida de Levante, 6 30620 Tf: 780955 Plaza Miguel Hernández, s/n. 30620 Tf: 780955
LORCA: Mercado de Hortalizas Mercado de Abastos	Plaza de la Hortaliza, s/n. 30800 Tf: 466542 Plaza de Abastos, s/n. 30800 Tf: 466542
MAZARRÓN: Mercado de Abastos Mercado de Abastos	Plaza Convento, s/n. 30870 Tf: 590143 Avenida Dr. Meca, s/n (Plª Mazarrón) 30870, Tf: 590143
MORADILLA	C/ Constitución, s/n. 30480 Tf: 730001
MULA	Avenida Juan Antonio Pared, s/n 30170 Tf: 660853
MURCIA: Vistabella Camen Verdnicos Soaveira Fajardo San Andrés Mercado de Abastos Mercado de Abastos Mercado de Abastos	C/ Alcañete, s/n. 30007 Tf: 252596 Alameda de Capuchinos, 32 30002 Tf: 246968 Plaza Verdnicos, s/n. 30004 Tf: 246968 Plaza Soaveira Fajardo, s/n. 30001 Tf: 239091 C/ Doctor Guesada Sanz, 4 30005 Tf: 246968 Plz. San Martín, s/n. (diputado) 30100 Tf: 246968 C/ Valle, s/n. (La Alberca) 30160 Tf: 246968 Pl. Iglesia, s/n. (Cabeza de Torres) 30110 Tf: 246968
PUERTO	Avenida Mula, 9 30176 Tf: 661001
TOIANA	C/ Pinar, 12 30850 Tf: 420021
TORRES DE COYLLAS	C/ Tiro de Molina, s/n. 30565 Tf: 626011
TRCOTI	C/ Mercado, s/n. 30610 Tf: 698036
LA UNIÓN	C/ Siete de Marzo, s/n. 30360 Tf: 560660
YÉCLA: San Cayetano Mercado Central	Plaza San Cayetano, s/n. 30510 Tf: 790566 Plaza Sebastián Pérez, 7 30510 Tf: 790566