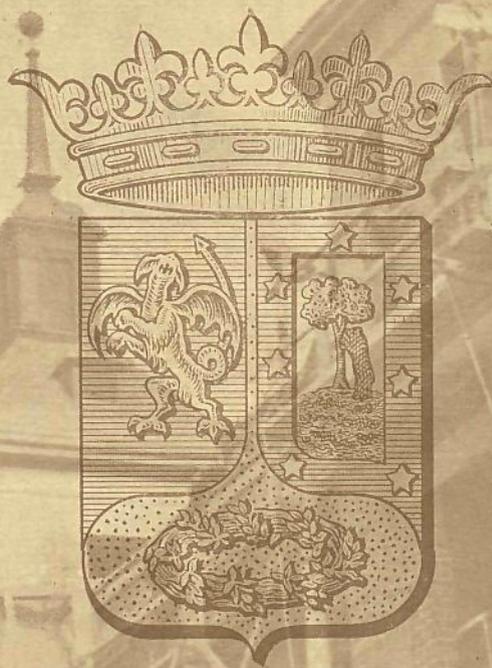


MERCADOS DE MADRID



Labor realizada por el ex-
celentísimo Ayuntamiento
durante los años 1939 a 1943

Ayuntamiento de Madrid

MA

5717

Procedente de la Biblioteca Veterinaria de Sanz y Saiz
(Donación del Matadero Municipal)

MA / 5717

5

Ayuntamiento de Madrid



Ayuntamiento de Madrid

V/3537

MERCADOS DE MADRID

Labor realizada por el ex-
celentísimo Ayuntamiento
durante los años 1939 a 1943.



MADRID

SECCIÓN DE CULTURA E INFORMACIÓN
ARTES GRÁFICAS MUNICIPALES

1944

R/197.277

Ayuntamiento de Madrid



Ayuntamiento de Madrid

Ayuntamiento de Madrid



Ayuntamiento de Madrid



EXCMO. SR. D. ALBERTO DE ALCOCER Y RIBACOPA
Alcalde Presidente

Ayuntamiento de Madrid



COMISION ESPECIAL PARA EL ESTUDIO DEL PLAN
DE CONSTRUCCION DE NUEVOS MERCADOS

*Por decreto de la Alcaldía Presidencia de 29 de diciembre de 1939,
se constituyó la Comisión Especial, a la que se le confió el estudio del
problema de la construcción de nuevos mercados. Dicha Comisión está
constituida por los siguientes señores Regidores:*

VICEPRESIDENTE

Excmo. Sr. D. Eduardo de Rojas Ordóñez, Conde de Montarco.

VOCALES

Ilmo. Sr. D. Pedro Iradier Elías.

Ilmo. Sr. D. Ignacio de Melgar y Rojas.

Ilmo. Sr. D. Fernando Olmedo Pinaglia.

Ilmo. Sr. D. Octaviano Alonso de Celis.

Ilmo. Sr. D. Ramón Fernández Rodríguez.

Ilmo. Sr. D. Luis Gómez Acebo.

SECRETARIO

*D. Victorino Bragado Bragado, Inspector Jefe de los Servicios
de Abastos.*

Ayuntamiento de Madrid

POLITICA MUNICIPAL DE MERCADOS

El Ayuntamiento de Madrid que se hizo cargo de la Villa al ser ocupada por las tropas de Franco, y que se encontró con un cúmulo de dificultades, producto de la guerra y herencia de la incuria y mala administración de los gestores municipales socialistas y comunistas, no dudó en enfrentarse además con el viejo problema de la falta de mercados de la capital, origen de esos espectáculos lamentables de mercadillos callejeros y venta ambulante que tan sucio y descuidado aspecto dan a Madrid. Por eso, el 29 de diciembre de 1939 se creó la Comisión Especial de Mercados, integrada por los Presidentes de las Comisiones municipales de Fomento, Abastos y Hacienda y un Vocal más por cada una de ellas.

La construcción de los primeros mercados madrileños es relativamente reciente. Se construyeron los primeros por los años 1868 a 1870, como consecuencia de la moda iniciada con la fundación de los grandes *halles* de París. Así nacieron el actual subsistente de la Cebada y el desaparecido de los Mostenses, imitaciones del que la misma Sociedad constructora había levantado en Bruselas. De fecha posterior son: el de Olavide, que se instaló en 1885 en la plaza de su nombre y fué reconstruído en 1935; el del Carmen, también en la plaza de igual nombre y del año 1878; el de San Miguel, cuya tramitación y construcción duraron desde 1884 hasta 1911, y los de San Ildefonso, San Antón y de la Paz, que datan de 1835, 1841 y 1882, respectivamente. Pero todos ellos deja-



ban ya mucho que desear, a fines del primer cuarto de siglo actual, en cuanto a condiciones de situación, amplitud e higiene, pues los adelantos técnicos habían dado una nueva orientación al sistema y a los edificios.

En 1930, a base del presupuesto extraordinario y del de Capitalidad, el Ayuntamiento acometió el estudio y construcción de los grandes mercados centrales destinados a productos homogéneos, como el que existía ya en esa fecha para carnes en el nuevo Matadero Municipal, edificándose entonces los llamados de Frutas y Verduras y el de Pescados; el primero, en la plaza de Legazpi, en un terreno resto de la antigua dehesa de la Arganzuela, y el otro, en la ronda de Toledo; con un coste de 5.609.794,88 y 3.306.210,80 pesetas, respectivamente. El de Carnes y Aves había costado 817.340,99 pesetas.

Los tres, tanto por sus condiciones higiénicas como por su técnica moderna, cumplen perfectamente una primera etapa en el abastecimiento de la capital, o sea la recepción y la distribución posterior de los productos a los mercados de distrito o de barrio.

En cuanto a éstos, el balance de la gestión municipal no era tan halagüeño. En 1936 existían los siguientes mercados municipales: Cebada, Olavide, Tirso de Molina (en el paseo de Extremadura), Torrijos y Vallehermoso. Mercados particulares sin intervención municipal teníamos: el del Carmen, el de la Paz y el de San Miguel, y los de San Antón, San Ildefonso, Argüelles y San Antonio; estos últimos sin condiciones aceptables desde el punto de vista actual. Y mercados particulares en régimen de reversión, e intervención municipal por tanto, el de Diego de León y el de Atocha (calle de Tortosa), aunque este último casi no merece mención.

Después de la guerra, una vez desaparecido el del Carmen como consecuencia de ella, sólo quedaban con merecimientos para subsistir los de la Cebada, Olavide y San Miguel, aunque estos dos últimos adolecen del grave defecto de producir las molestias del mal olor y suciedad al vecindario próximo, por ser abiertos al exterior. Pero además de estos tres, en el plan actual se incluyen también los de Tirso de Molina (paseo de Extremadura) y Vallehermoso, por su conveniente emplazamiento y por haber sido reparados grandemente hace poco; el de la Paz, que, tras un convenio con los propietarios, está en transformación y ha

de quedar modernizado, y los de Torrijos (ahora Hermanos Miralles) y Diego de León.

La Comisión Especial de Mercados entendió desde el primer momento que era necesario redactar un plan general que abarcase todos los aspectos del problema. Para ello, encomendó a los técnicos municipales el estudio del tipo preferible de mercado, tanto para la comodidad del público como para que cumplierse la misión del abastecimiento en las condiciones más económicas para el vecindario. El primer estudio hubo de hacerse a base de la ordenación de la ciudad en sus distritos y barrios, ya que la unidad normal de mercado corresponde teóricamente a la cifra aproximada de 20.000 habitantes, que es la adoptada en los estudios de división administrativa para dicha unidad urbana. Claro está que, no siendo igual la densidad de unos y otros barrios, es necesario tener en cuenta que el otro factor determinante del buen servicio del mercado lo constituye la distancia, que no debe exceder en la zona servida por cada uno de ellos de 500 metros.

De este modo, la Comisión se pronunció en favor del tipo de mercado de barrio como el más conveniente, y encargó nuevamente a los Servicios Técnicos y a la Sección de Abastos que precisasen el número de mercados necesarios que había de comprender el plan a realizar. Se planteó, pues, el problema señalando sobre el plano de Madrid los mercados existentes, con su zona de influencia, estudiándolos de un modo completo para determinar aquellos que por sus deficientes condiciones de todas clases no podían ser tenidos en cuenta para un plan definitivo, quedando, por tanto, marcadas las zonas sin servicio, y buscando dentro de ellas el emplazamiento más adecuado.

Como consecuencia de este trabajo, la Comisión aprobó un plan que comprende la existencia en Madrid de 26 mercados de barrio, que han de abastecer cómodamente la población y que son los siguientes:

- | | |
|---|---|
| 1.—San Miguel. | 6.—Vallehermoso. |
| 2.—Antón Martín. | 7.—De la Paz. |
| 3.—Santa María de la Cabeza. | 8.—Hermanos Miralles (antes
Torrijos). |
| 4.—Tirso de Molina (paseo de
Extremadura). | 9.—Diego de León. |
| 5.—Olavide. | 10.—Maravillas (Cuatro Caminos). |

- | | |
|---------------------------------|--|
| 11.—Alonso Cano (Chamberí). | 19.—Retiro. |
| 12.—San Fernando (Embajadores). | 20.—Los Dolores (Conde Duque). |
| 13.—Guindalera. | 21.—Cebada. |
| 14.—El Viso. | 22.—Hospicio. |
| 15.—Pacífico. | 23.—Prosperidad. |
| 16.—Argüelles. | 24.—Guillermo de Osma (Mata-
dero). |
| 17.—Mostenses. | 25.—Usera. |
| 18.—San Antón (nuevo). | 26.—Gaztambide. |

De estos 26 mercados, algunos, como ya hemos visto, estaban relativamente bien contruídos y podían subsistir. Otros, atendiendo a su estratégico emplazamiento, decidió la Comisión mejorarlos por cuenta del Ayuntamiento si eran municipales, o mediante convenios si eran particulares. Del resto, en unos pocos estaba ya hecha la concesión, que se respetó, y los demás se sacaron a concurso, por entender que era preferible acudir a la iniciativa privada, aprovechando la coyuntura favorable del momento, para compartir el esfuerzo enorme que representaba la construcción de casi 20 mercados a la vez.

Merecen destacarse de este concurso, por su importancia o novedad, las bases en que se señalan los emplazamientos de los mercados, que, atendiendo a las modernas normas de urbanización, se exige den por lo menos a dos calles, ninguna de las cuales será vía principal de acceso a la ciudad, y debiendo una de ellas tener por lo menos 15 metros de anchura. Y si el concursante no aportase terrenos de su propiedad en los emplazamientos fijados, el Ayuntamiento hará las expropiaciones mediante la declaración de utilidad pública, abonando su importe el concesionario. Aquellas en que se fija un canon para el Ayuntamiento, que no podrá ser inferior al 5 por 100 del importe de la recaudación que por todos conceptos se obtenga, y que el plazo de reversión no podrá ser superior a cincuenta años; así como que el Ayuntamiento ejercerá de manera permanente la intervención administrativa y sanitaria del mercado. Las que se refieren a la fianza de 200.000 pesetas y al plazo de dos meses como máximo de retraso en el comienzo de las obras, con multas de 25.000 pesetas cada uno de estos meses; y que pasados estos dos meses se anulará la concesión, con pérdida de la fianza. Tam-

bién, y como prueba del interés municipal por la rápida realización del plan de mercados, merece destacarse la condición de que si el incumplimiento de las condiciones de la concesión determinara la paralización de las obras durante el período de construcción de cada uno, o se interrumpiese su funcionamiento por causa no justificada, el Ayuntamiento se incautará de las obras o del mercado, con pérdida de la fianza.

De este modo, en el día de hoy podemos ofrecer al pueblo de Madrid este balance:

Mercados en funcionamiento: San Miguel, Antón Martín, Santa María de la Cabeza, Tirso de Molina, Olavide, Vallehermoso, Hermanos Miralles, Diego de León, Maravillas, Alonso Cano y Cebada. Total, 11.

Para inaugurarse en breve: San Fernando y de la Paz.

En trámites de construcción: Guindalera, El Viso, Pacífico, Argüelles, Mostenses, San Antón, Retiro, Los Dolores y Prosperidad.

En proyecto: Hospicio, Guillermo de Osma, Usera y Gaztambide.

En el desarrollo de su labor, la Comisión Especial de Mercados ha tenido constantemente como objetivo los intereses del vecindario madrileño, al cual va dedicado este folleto, puesto que somos Regidores de esos intereses, y nos importa muy mucho que al final de nuestra gestión ésta merezca los calificativos de honrada, laboriosa y plena de buen deseo.

Madrid, septiembre de 1943.

EL CONDE DE MONTARCO,
Vicepresidente de la Comisión Especial de Mercados



ORIENTACION DE LA CONSTRUCCION DE LOS NUEVOS MERCADOS

La construcción de los nuevos mercados responde a la necesidad de centralizar en ellos determinadas industrias de la alimentación y recoger los puestos instalados en la vía pública, y viene a llenar una exigencia de abastecimiento sentida en ciertas zonas de la ciudad.

Tiende asimismo la política de mercados realizada por la Municipalidad a facilitar la inspección sanitaria de las subsistencias y la adquisición de las mismas por el vecindario, pues tanto una como otra se realizan en mejores condiciones dentro del recinto del mercado, con gran economía de tiempo y con una mejor orientación del comprador a la vista de los numerosos y diversos establecimientos dedicados a la venta de los diferentes artículos cuya adquisición interesa al público.

Orientada en este sentido la construcción de los mercados, su instalación ha de dar satisfacción cumplida a tales propósitos, y su capacidad tiene que ser suficiente para llenar las dos finalidades apuntadas como principales.

A tal objeto, el número de puestos o tiendas ha de ser el que corresponda a la densidad de población, supuesto un radio de acción o zona de influencia de 500 metros, que es el que, por acuerdo municipal, se atribuye a cada mercado, y teniendo en cuenta una población de 20.000 habitantes aproximadamente que habrá de proveerse de artículos alimenticios en aquél.

El tipo medio de mercado concebido por el Ayuntamiento ha sido, en cuanto a su capacidad, el de sesenta a cien tiendas o puestos fijos, y de doscientas a trescientas bancas o puestos titulados ambulantes.

Respecto a la instalación de los puestos, se cuida con exquisito celo de que reúnan las condiciones máximas que la índole de cada industria exige, fijándose muy principalmente en las pescaderías, ya que éstas deben disponer, dentro del espacio dedicado a tienda, de bandejas suficientes para la exposición del pescado, evitando con ello uno de los inconvenientes que se advierte en los viejos mercados, en los que, por no disponer de la instalación adecuada,

se ve obligado el Ayuntamiento a transigir con la colocación de las cajas de pescado fuera del puesto, con evidente perjuicio para el público comprador y para la estética del mercado.

Disponen asimismo los nuevos mercados de instalación de cámaras frigoríficas para la conservación de los diferentes artículos que necesitan a tal efecto del frío, y de almacenes (en número también suficiente) para que cada industrial pueda disponer de uno con objeto de guardar los enseres propios de la industria.

Otro de los aspectos, muy interesante, que debe registrarse al tratar de la orientación dada a los mercados de nueva construcción por el Ayuntamiento de Madrid es la instalación en aquéllos de tiendas exteriores, innovación conducente a evitar el aspecto de suciedad que suele notarse en esos centros de contratación por la proximidad a la calle de los puestos dedicados a la venta de frutas, verduras y otros productos que ensucian el pavimento. Con ello se produce cierto aislamiento del mercado de abasto propiamente dicho, que favorece la sanidad, y sobre todo, evita las molestias que se tratan de corregir con la recogida de ciertas industrias dentro de los mercados.

En relación con este propósito, y en su deseo de favorecer el desarrollo de los mercados de distrito, el Ayuntamiento de Madrid ha adoptado el acuerdo por el que se prohíbe la instalación de industrias de carnicería, salchichería, pescadería, casquería, huevos, aves y caza y frutería dentro del radio de acción del mercado, prohibiendo asimismo el traspaso de dichos establecimientos, propósito que, como claramente se deduce, se inspira en el deseo de concentrar todas esas industrias en los mercados, y llegar a la supresión de todos los inconvenientes que se derivan de la subsistencia de ellas en tiendas con acceso a la calle.

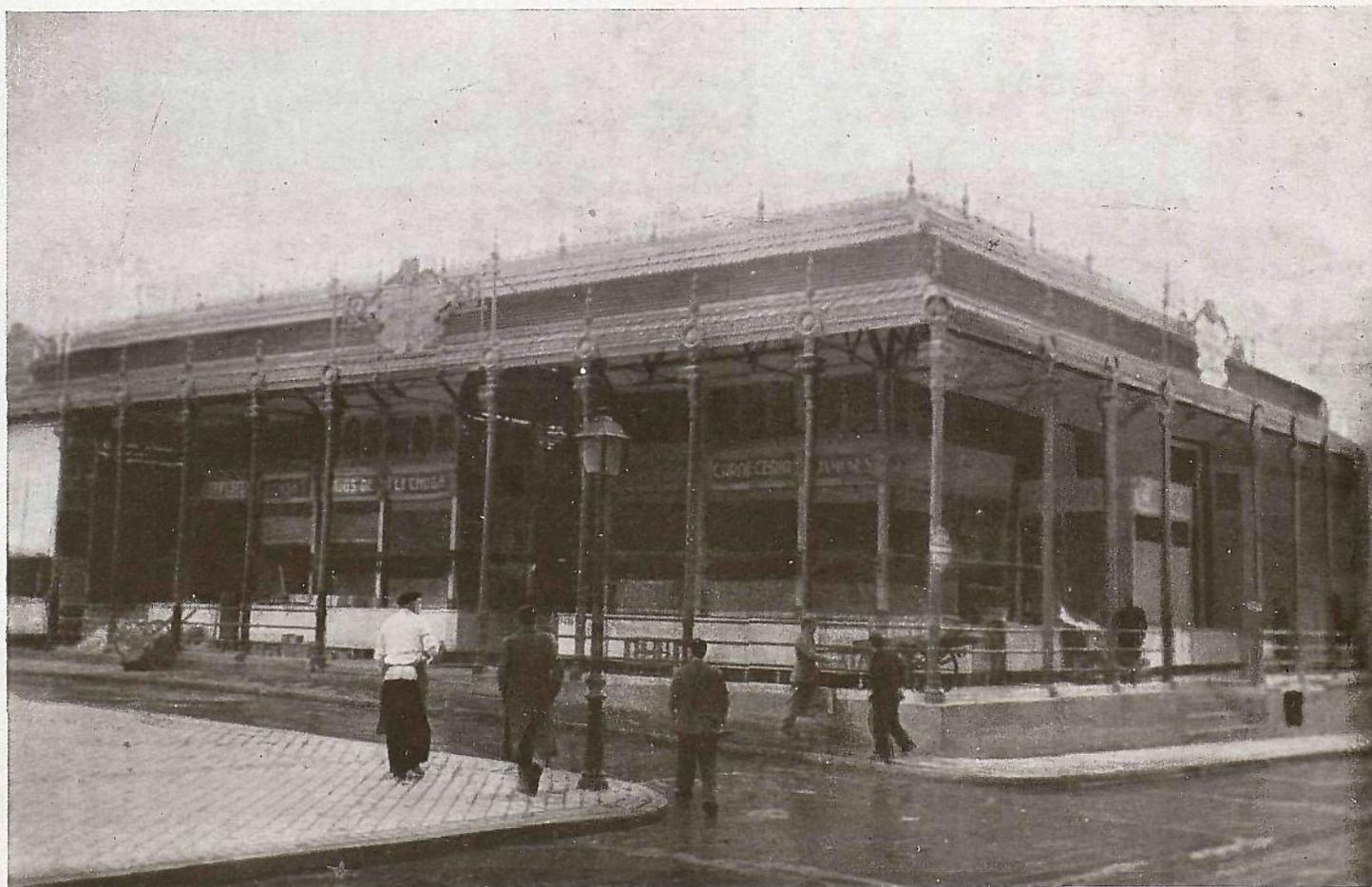
VICTORINO BRAGADO,

Inspector Jefe de los Servicios de Abastos

LÁMINAS

Ayuntamiento de Madrid

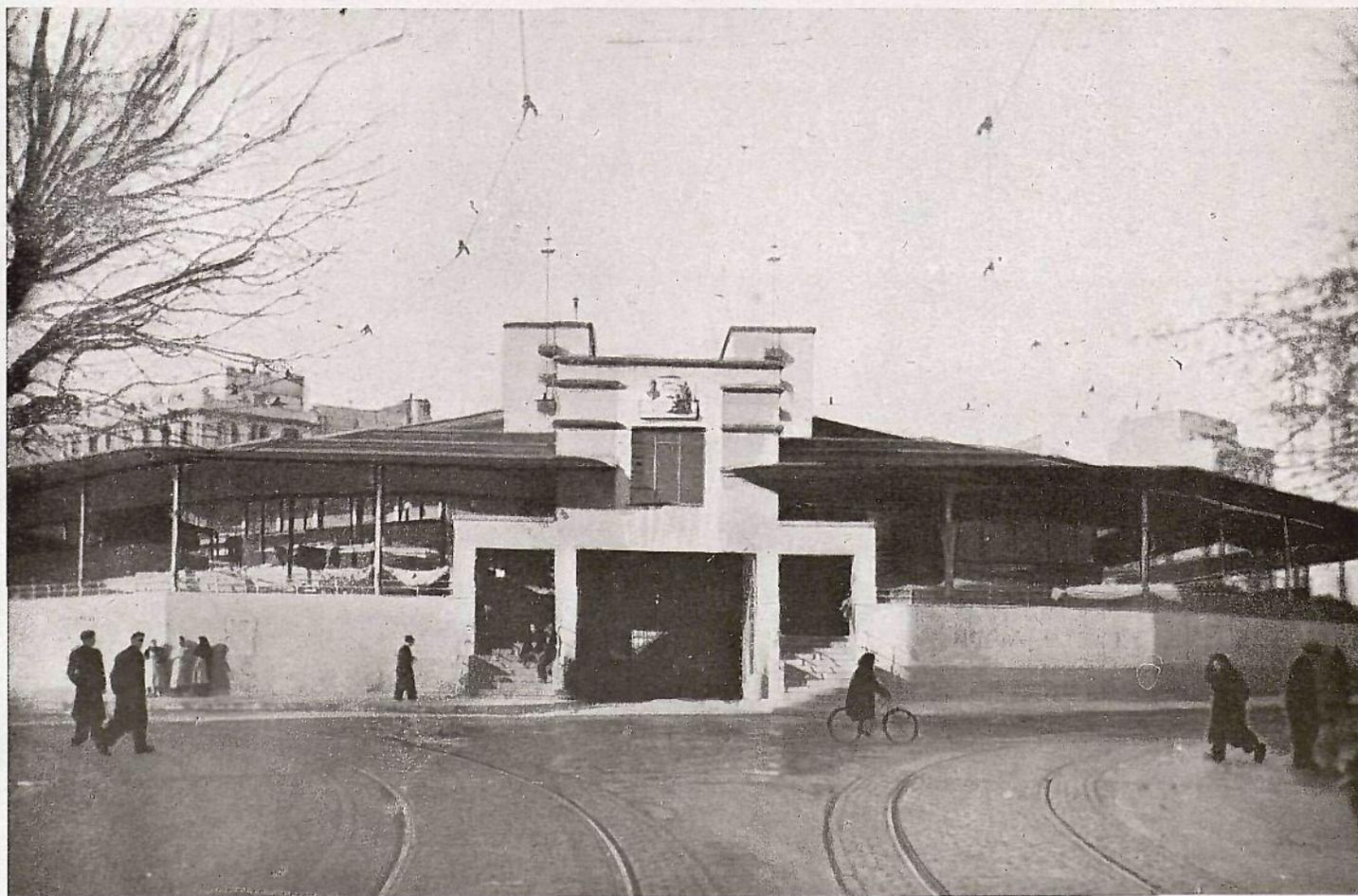
Ayuntamiento de Madrid



Vista exterior del mercado de San Miguel

Ayuntamiento de Madrid

Ayuntamiento de Madrid



Vista exterior del mercado municipal de Olavide

Ayuntamiento de Madrid

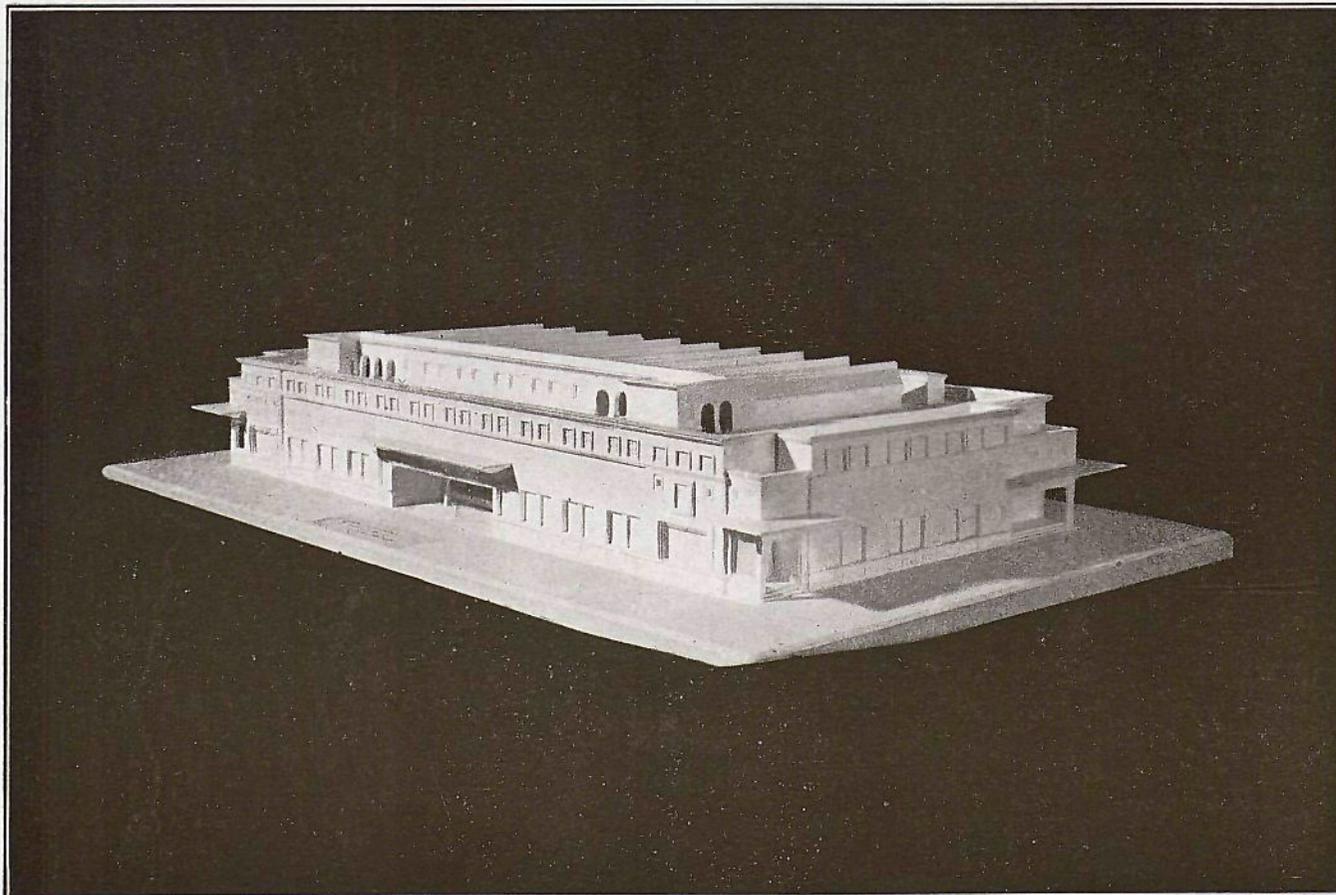
Ayuntamiento de Madrid



Fachada del mercado de Santa María de la Cabeza



Ayuntamiento de Madrid



Maqueta del proyecto del mercado del Retiro

Ayuntamiento de Madrid



31

Fachada principal del mercado de Maravillas

Ayuntamiento de Madrid



Vista parcial interior del mercado de Maravillas



Detalle de una banca en el mercado de Maravillas



Fachada principal del mercado de Chamberí



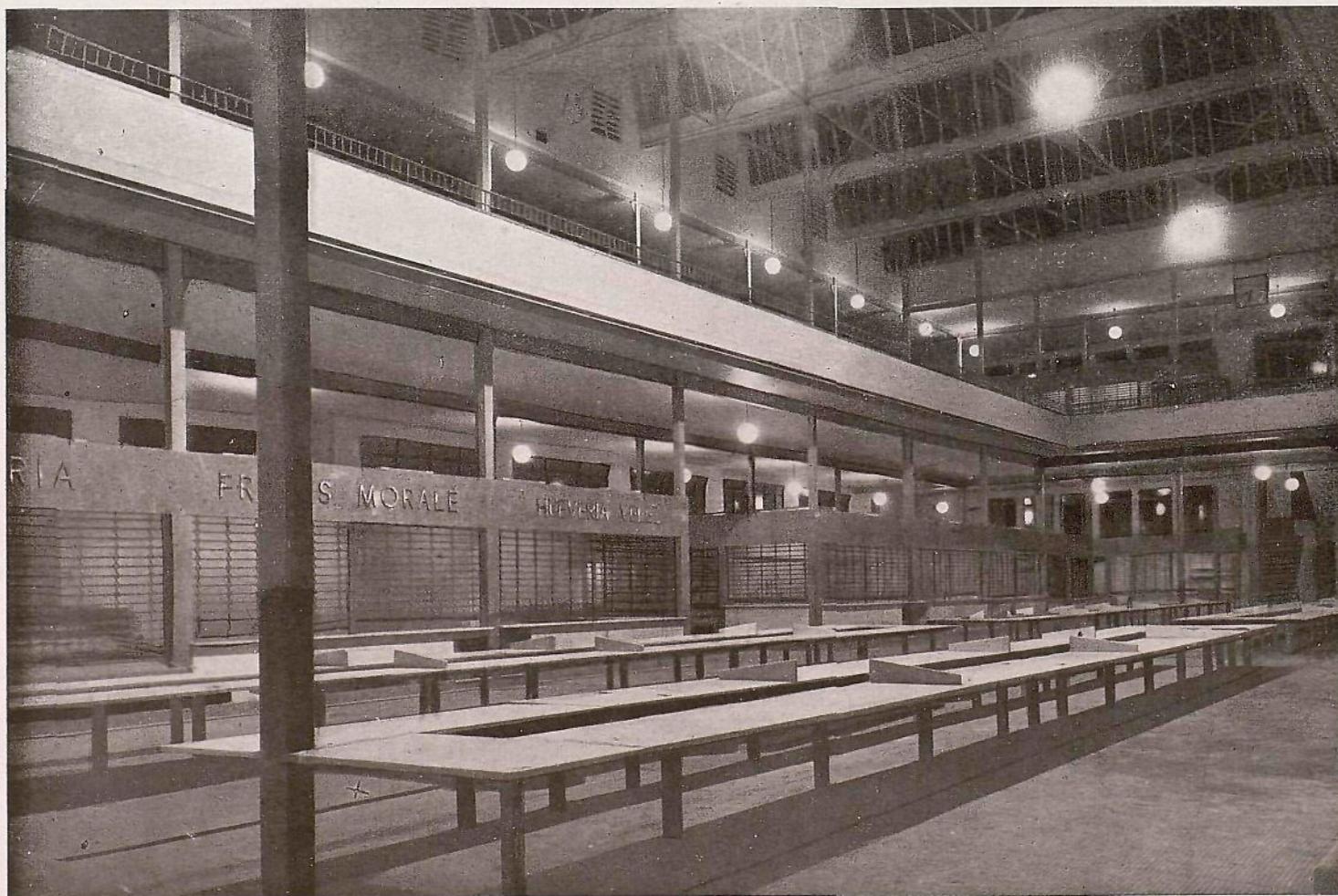
Vista parcial de bancas en el mercado de Chamberí



Estructura de la cubierta del mercado de Chamberí



Detalle de puesto en el mercado de Chamberí

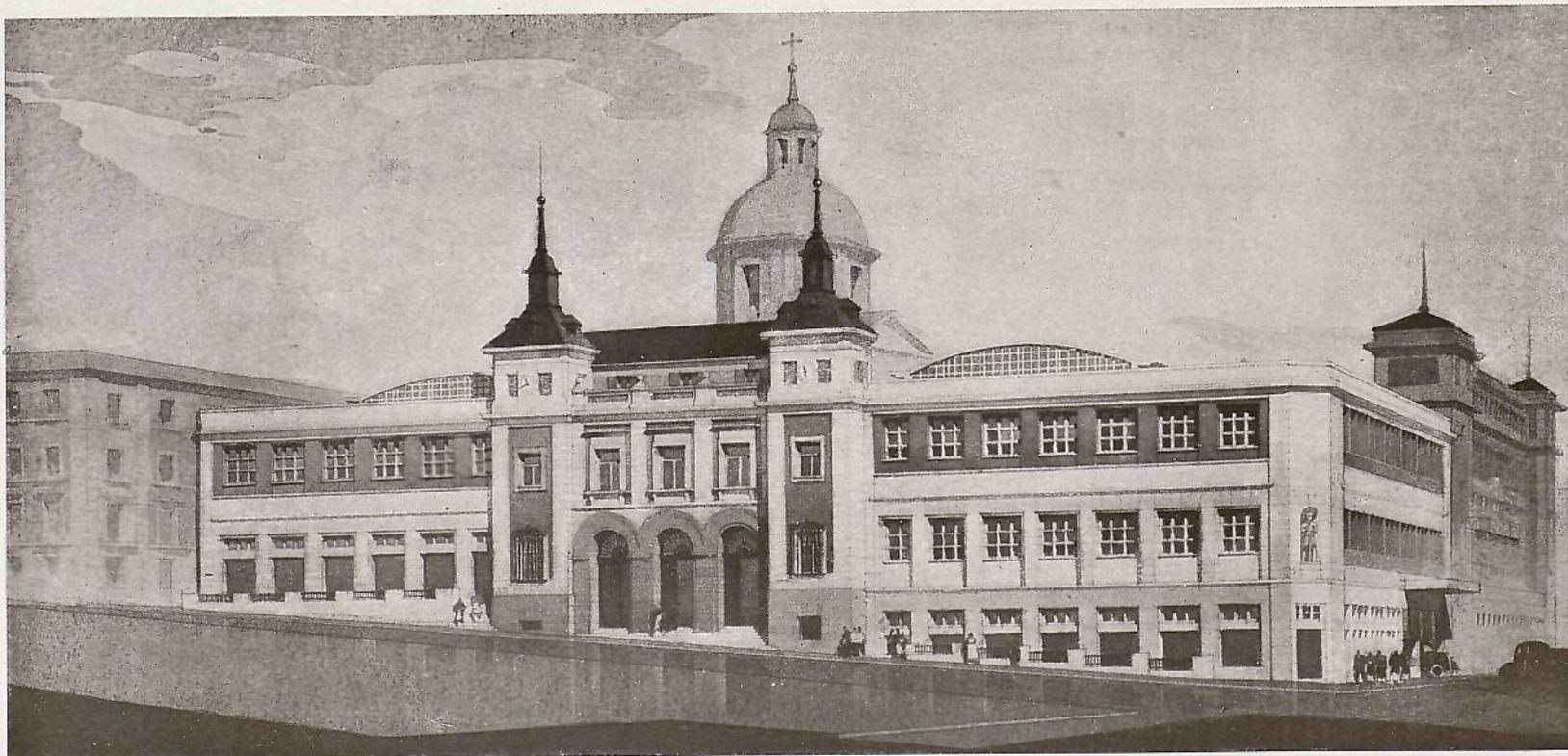


41

Vista parcial interior del mercado de Chamberí

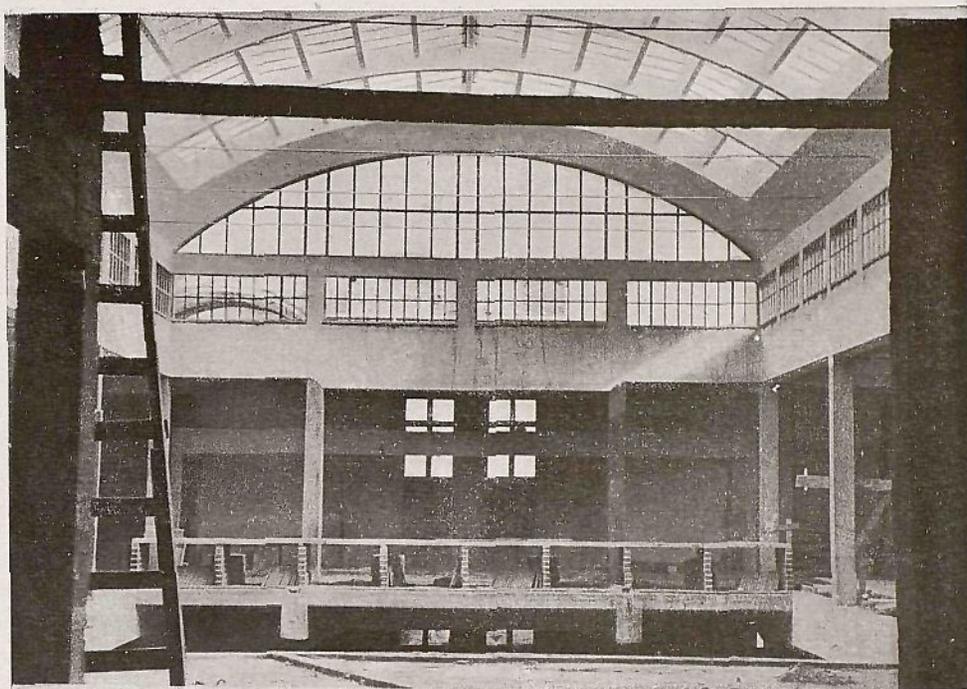
Ayuntamiento de Madrid

Ayuntamiento de Madrid

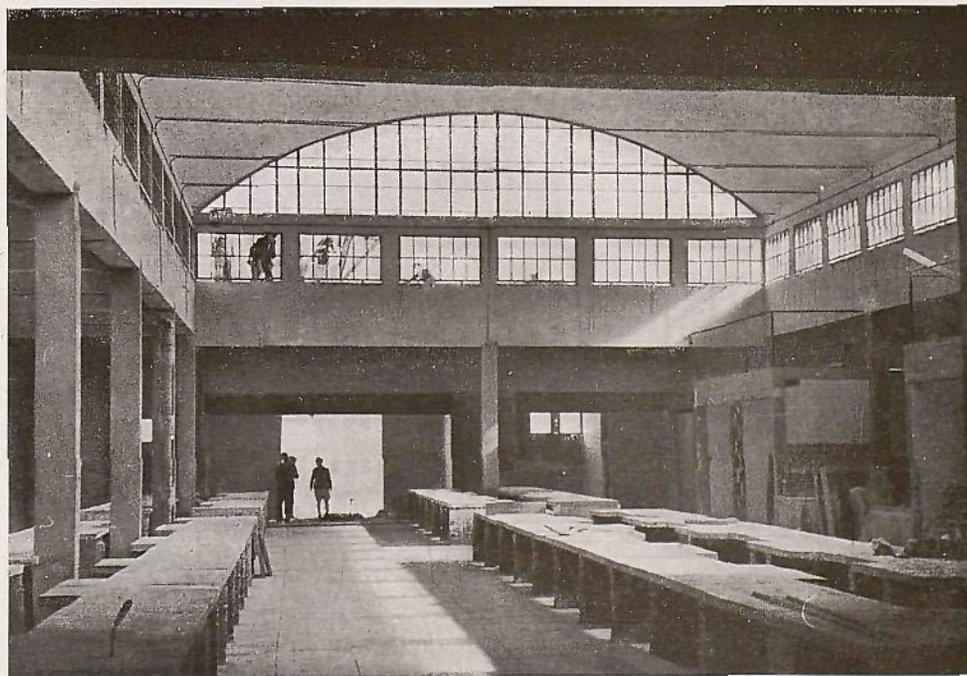


Perspectiva del mercado de San Fernando

Ayuntamiento de Madrid

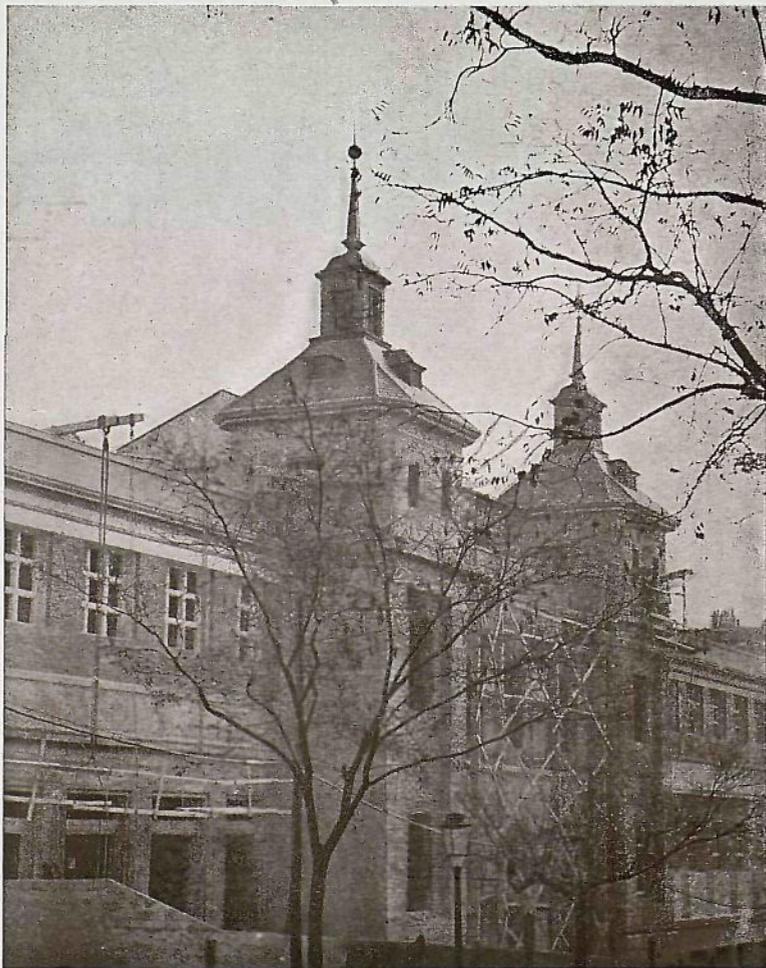


Vista parcial interior del mercado de San Fernando



Otra vista parcial interior del mercado de San Fernando

Ayuntamiento de Madrid



47

Vista parcial de la fachada principal del mercado de San Fernando



Detalle de la fachada principal del mercado de San Fernando

Ayuntamiento de Madrid

LOS MERCADOS MADRILEÑOS

Ni por su distribución, ni por su número, ni por sus condiciones y características, los mercados madrileños han respondido a las necesidades cada vez más apremiantes exigidas por la capital de España, gran ciudad que en su crecimiento anárquico ha dado lugar a toda clase de fenómenos.

El espectáculo de calles importantes madrileñas convertidas en ruidosos «Rastros», sucios y destartados, fué en muchos casos la determinante de acuerdos para la construcción de alguno como consecuencia irremediable de las quejas del vecindario.

El lugar de emplazamiento fué una consecuencia inmediata de estas aglomeraciones, y así hemos visto surgir mercados insuficientes que no pudieron absorber el gran número de ambulantes que se congregaba por los alrededores, por carencia de espacio, lo que dió lugar a que no se consiguiera otra cosa que trasladar a otras calles, también importantes, el ruido de feria alborotadora que llevaban consigo.

La necesidad de construcción de mercados estaba reconocida, incluso comenzada; pero faltó su ordenación urbanística, y, aunque aprovechable lo ejecutado, fácilmente puede observarse lo defectuoso del sistema, ya que se sirvió más al apremio que exigieron las circunstancias, que a las verdaderas necesidades de la ciudad, con abandono del problema general, que no hubo de ser planteado debidamente.

Surge a partir del año 1939 nuevamente, o mejor dicho, reaparece el tema de los mercados, y esta vez se analiza con amplio criterio y desborda la iniciativa particular y la oficial, basada en incesantes campañas, para convertirse en un eslabón de la cadena urbanizadora de la capital, y entonces el mercado es la consecuencia de una aglomeración urbana, y lleva marcadas las características especialísimas, tan variables, de los distritos de Madrid, lo que constituye base para la determinación de su capacidad y condiciones especiales.

El problema de la construcción del mercado en sí queda, pues, relegado

a sus verdaderos términos, y la idea fundamental que preside el plan que en su función ordenadora se redacta por las oficinas de urbanización no obedece a ningún particularismo, sino que cumple una misión evidente al distribuir razonadamente los emplazamientos en armonía, no sólo con las necesidades actuales, sino en previsión también de las futuras.

Era natural que no se desaprovechase la labor realizada, y por tanto, en el plan general de mercados ha habido necesidad de pensar con un espíritu práctico en lo que habría de desaparecer cuando la totalidad se hallase en funcionamiento; que se tuviese en cuenta lo aceptable, haciendo resaltar su falta de capacidad, y que se recogiesen las iniciativas particulares en cuanto a mercados que el claro sentir popular hizo necesarios y fueron realizados por la iniciativa privada.

Así, pues, en el plan general se han tenido en cuenta los mercados existentes, se han designado los que deben desaparecer y se especifican aquellos que deben ser construídos para poner en vigor este paso fundamental, tan necesario para la vida de Madrid.

Gráficamente puede observarse en los planos adjuntos cómo ha sido proyectada esta magnífica mejora, y puede bien comprobarse la zona de influencia de los edificios construídos o proyectados, de tal manera que no quede desatendido barrio alguno de la ciudad, aunque, naturalmente, los más densos den lugar a mayor número de edificaciones.

Es cierto que en este plan general se omiten nuevas construcciones; pero ello es consecuencia del plan urbanístico de Madrid, que con sus nuevos trazados ha previsto las necesidades de las zonas que han de urbanizarse, y que con sus propuestas ha de dar lugar a nuevos edificios con igual destino para nuevas barriadas, que sustituirán a las innecesarias y a las destruídas.

El Ayuntamiento de Madrid se ha ceñido principalmente a su casco urbano, en lo que, a pesar de las distintas reformas urbanísticas, ha de perdurar, y su plan tiende a llenar las necesidades de su población, sin que para ello se dé lugar a nuevas aglomeraciones de puestos ambulantes ni a campañas derivadas de su anárquico emplazamiento.

Hoy ya puede asegurarse que la construcción de mercados no es simplemente una ambición, ya que, aprobado el plan general en su primera fase, es un hecho concreto la inauguración de algunos y la construcción de otros que en breve habrán de ponerse a disposición del vecindario.

En la zona de Cuatro Caminos, el mercado de Maravillas ha tenido la virtud de aliviar grandemente el tráfico de la importante vía de Bravo Murillo, al desaparecer de sus aceras y calzada la abigarrada multitud que le dió color en otros tiempos; en Atocha, el mercado de Antón Martín; en Chamberí, el de Alonso Cano, y en Santa María de la Cabeza, el de su mismo nombre, son muestras evidentes de que el plan se halla en marcha y que los edificios construídos tienen unas nuevas características que se hallan en consonancia con la barriada o el sector para que fueron proyectados.

Actualmente se construyen otros: el de los Mostenses y el de San Fernando, y progresivamente se va llegando a la realización del importante plan que lleva a la práctica la iniciativa del Ayuntamiento de Madrid.

Hemos hecho resaltar que el mercado no puede surgir en cualquier parte, sino que es un producto de la ordenación de una ciudad, y que su distribución ha de obedecer al desarrollo de la misma e ir paralelamente de acuerdo con sus necesidades.

Naturalmente, el edificio ha sido también objeto de un estudio especial, pues no habría razón alguna para haber resuelto su emplazamiento adecuadamente si en cuanto a su capacidad, facilidad de acceso, distribución y amplitud de sus pasos el vecindario hubiérase encontrado con el mismo problema obstaculizador de la calle, y por ello, las Empresas constructoras han sido sometidas a una fiscalización minuciosa para determinar el número de puestos, la anchura de los pasos interiores, el tanto por ciento de los ambulantes, misión especial que ha intervenido también al regular la superficie edificable de los mercados.

Como ideas fundamentales que han presidido para su ejecución se han tenido en cuenta que estos edificios han de tener una permanencia larga, y por tanto, su construcción se ha aconsejado y exigido para responder a su finalidad en el tiempo.

El hormigón armado y los entramados metálicos, con exclusión absoluta de la madera y cuantos materiales puedan ser atacados por incendios, han sido los elementos predominantes en las estructuras de estos edificios. Con ello se ha perseguido no sólo la finalidad anterior, sino la de su facilidad para conseguir una gran diafanidad, pues no hay que olvidar que el mercado es como una ampliación de la calle, y la luz le es tan necesaria como a la calle misma. En tal sentido, sus claraboyas y armaduras muestran el claro luminoso de sus cristales, y el público puede perfectamente analizar la bondad de los productos que se le ofrecen.

No se han permitido calles estrechas, y los módulos empleados para las mismas tienen mínimos de tres y de cuatro metros, procurándose con la mayor amplitud la descongestión que irremediablemente se produce cuando el paso es estrecho y se halla a ambos lados dotado de puestos, de cualquier clase que sean.

En la distribución de los mismos se ha procurado dotar de la mayor independencia unos puestos de otros, agrupándose las bancas con fáciles accesos en lugares adecuados y plantas bien iluminadas, en las que se han reservado los muros del recinto para la ordenación de los puestos permanentes para pescaderías, carnicerías, etc.

Los tipos estudiados obedecen a necesidades sentidas y a la exigencia de tipo estético y utilitario de evitar todo aquello que por su mal efecto y falta de limpieza pueda desmerecer del conjunto, y así, se han proyectado y construido bancas para ambulantes (compuestas con tableros de mármol de espesor suficiente y de capacidad sobrada), dotándolas de sus pequeños almacenes para los productos del mercado. Estos tipos siguen perfeccionándose, y otros se han construido con análogas características y con la preocupación de que el vendedor ocupe sitio que pueda producir obstáculo en el paso.

Los puestos fijos han sido dotados de parecidas características en cuanto a los materiales y letreros, lo que produce un efecto armónico y ordenado del

conjunto. El mármol, la piedra artificial, el azulejo y otros materiales de tipo análogo constituyen los elementos decorativos de estas instalaciones, con sus naturales variantes, según la clase de comercio para que se hayan destinado.

Es de gran interés cuanto en los mercados se refiere a saneamiento, ya que, desgraciadamente, los industriales no ponen el debido interés en su conservación, lo que da lugar a multiplicar el número de arquetas, a aumentar la capacidad de las conducciones, a disminuir el número de codos, para facilitar la limpieza, y a recoger, en fin, en alcantarillas capaces y visitables los productos arrojados en las redes de desagüe.

Si la luz es un elemento primordial, el agua no lo es menos, ya que no sería fácil la conservación en estado de limpieza del edificio sin que pueda usarse abundantemente del agua necesaria; por ello se exige en cada puesto la existencia de fuentes con sus pilas y desagües perfectamente reparables, y es *condición igualmente indispensable el que los materiales de que se hallan contruídos admitan el uso del agua en grandes cantidades para su baldeo.* Esto mismo es exigencia también de los pasos, a cuyo efecto van dotados de canales para la recogida de las aguas, que van cubiertas con protecciones metálicas susceptibles de ser levantadas para la limpieza de todo aquello que pueda producir atrancos en las tuberías.

Los pavimentos suelen ser del tipo denominado continuo, con rugosidades para impedir el resbalamiento, admitiéndose el ranurado en forma de losas, para producir un mejor efecto artístico.

Parte importante de las instalaciones exigidas en los mercados la constituyen *las plantas bajas, en las que, por razón de su menor cantidad de luz, no es posible dedicarlas a la colocación de puestos de ninguna clase, y en ellas se dotan a estos edificios de almacenes y cámaras frigoríficas, dependencias altamente interesantes para el mejor desarrollo de las actividades del mercado, por virtud de las cuales los usufructuarios no precisan de almacenes particulares para sus productos, ni de cámaras para su conservación.*

En los mercados contruídos, en los que se hallan en construcción y en los proyectados se exigen también muelles para la descarga de productos con acceso directo o independiente de los que se reservan al numeroso público que afluye a los mercados. Estos muelles se hallan directamente relacionados con los almacenes y las cámaras, y especialmente unos y otros con los montacargas, cuya capacidad se halla en relación con la categoría del edificio contruído o proyectado. En algunos casos se han modificado las alineaciones de las calles para darles mayor anchura alrededor del mercado y facilitar la carga y descarga, habiéndose llegado incluso a crear calles particulares.

Como complemento de todas estas instalaciones, los mercados se disponen con una serie de oficinas indispensables para su funcionamiento y algunas viviendas para funcionarios del mismo, y se hallan dotados de servicios sanitarios suficientes para ambos sexos, que se repiten en cada planta para atender las necesidades del servicio.

Los accesos al mercado vienen regulados en primer término por la amplitud de las calles que los rodean, y son en número proporcionado a la capacidad del mismo y a la de cada una de las plantas a que sirven, de tal manera que

no puedan producirse congestiones de ninguna clase, para lo cual se evita en sus alrededores toda clase de instalaciones.

Como sistemas constructivos ya se ha dicho anteriormente que en sus estructuras se emplean con preferencia el hierro y el hormigón armado y en masa; pero debido a las restricciones del primero, han sido aconsejados los segundos, si bien para las fábricas, en evitación del uso excesivo del cemento, se preconiza el uso del ladrillo con chapado de piedra al exterior o bien finamente revocados.

Las cimentaciones se ejecutan con hormigón en masa, y solamente en casos necesarios, debidos a la debilidad del firme, se usan armados de hierro para losas o placas de cimentación.

Las bóvedas de los mercados, si el sistema es de hormigón armado, admiten construcciones del mismo tipo, de gran diafanidad, como la ejecutada en el mercado de San Fernando. Cuando se trata de armaduras metálicas, como en el de Chamberí y en el de Maravillas, se disponen armaduras en diente de sierra, uno de cuyos faldones es completamente luminoso, ya que se dispone para recibir el cristal armado y muestra solamente la nervatura de sus hierros.

En cuanto a los demás, materiales ya hemos hecho mención de ellos al tratar de las bancas y de los puestos fijos.

En general, el sistema usado en esta clase de construcciones para su ejecución ha sido pensado teniendo en cuenta las costumbres y los materiales de la localidad, con las restricciones que deben imponérseles para evitar por un lado las humedades y por otro las peligrosas derivaciones de los incendios, causa por la cual se aconseja como más adecuado el hormigón armado, en vez del entramado metálico, que en caso de siniestro no ofrecería tantas garantías.

Las instalaciones especiales, como cámaras frigoríficas, no constituyen una especialidad de los mercados simplemente, y su construcción es la usual con el empleo del corcho, interesante producto que produce el aislamiento apetecido para esta clase de dependencias.

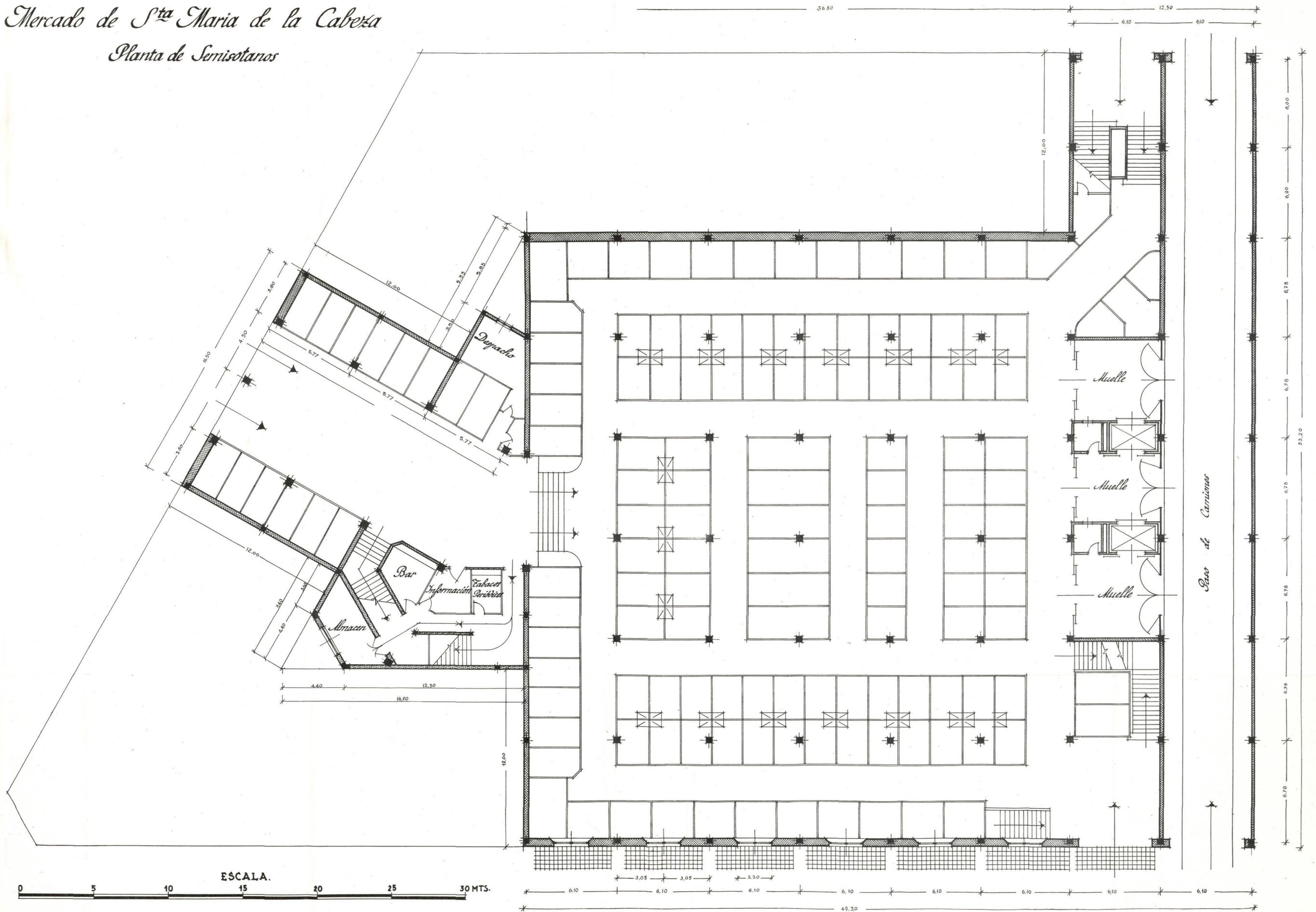
Los Servicios Técnicos del Ayuntamiento de Madrid han estudiado con especial cuidado cuantas mejoras eran posibles de implantar en los mercados, y casi siempre han encontrado la colaboración más entusiasta en las Empresas constructoras.

FELIPE TRIGO,

Arquitecto Jefe de construcciones municipales

Mercado de Sta Maria de la Cabeza

Planta de Semisotanos



ESCALA.

0 5 10 15 20 25 30 MTS.

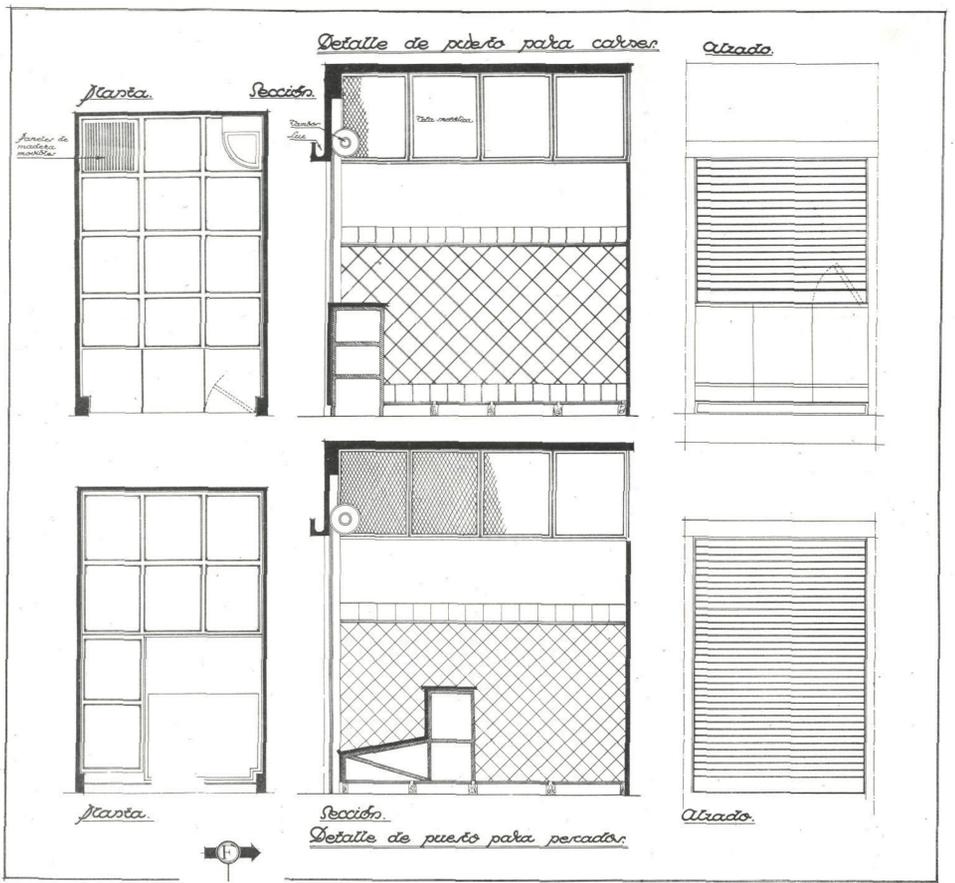
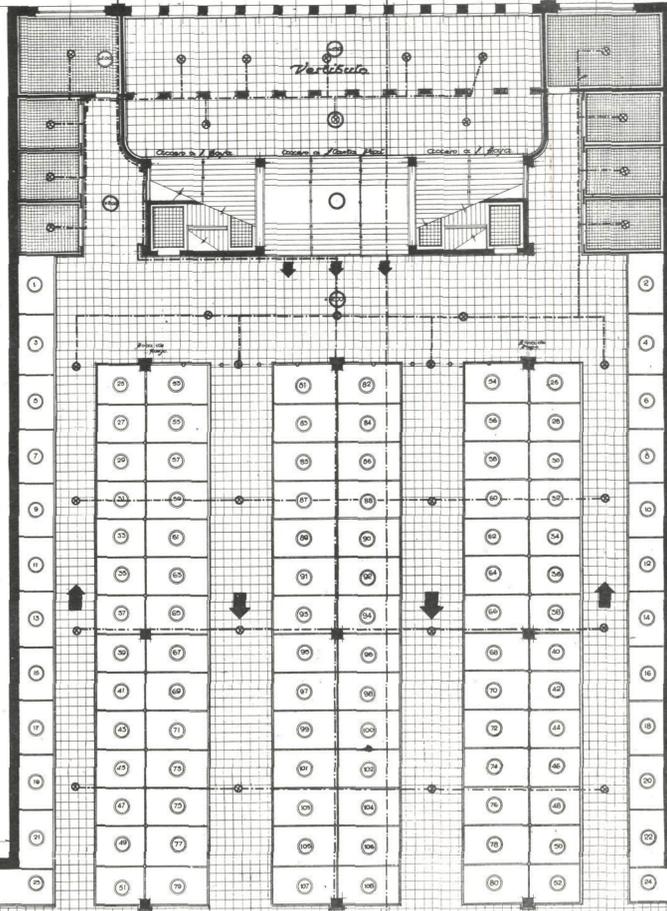
MERCADO DE MARAVILLAS

ESCALA. 0 5 10 15 20 25 30 MTS.

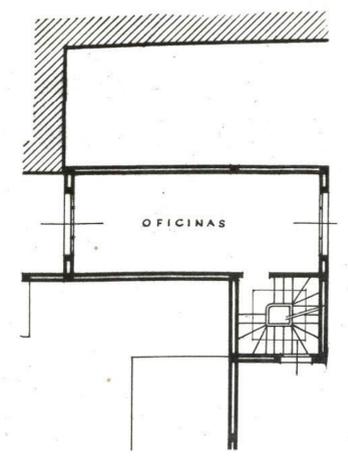
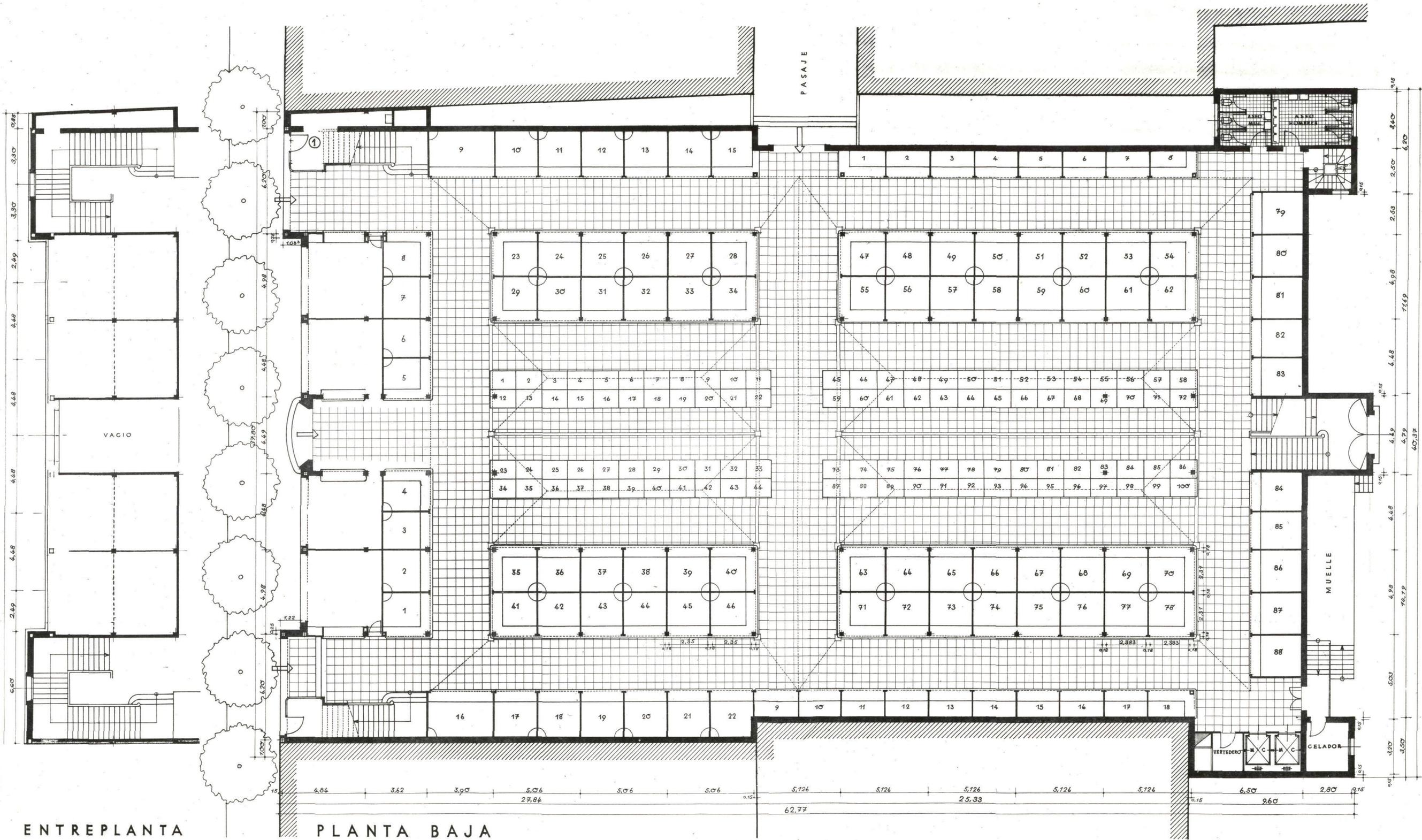
PLANTA PRINCIPAL

MADRID-MARZO-1934
EL ARQUITECTO.

Calle de Bravo → Maravillas.



Calle de Valencia
Calle de Articular



ENTREPLANTA



S. A.
RELACION DE PUESTO

Planta Baja

- 10 Tiendas exteriores.
- 88 Puestos cajones.
- 18 Medios cajones.
- 100 Bancadas.

Planta Alta

- 66 Puestos cajones
- 172 Bancadas.

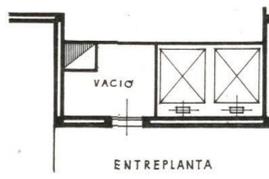
Resumen

- 10 Tiendas exteriores.
- 154 Puestos cajones.
- 18 Medios cajones.
- 272 Bancadas.

ENTREPLANTA

PLANTA BAJA

INMOBILIARIA URBANA S.A.
MERCADO DE CHAMBERÍ

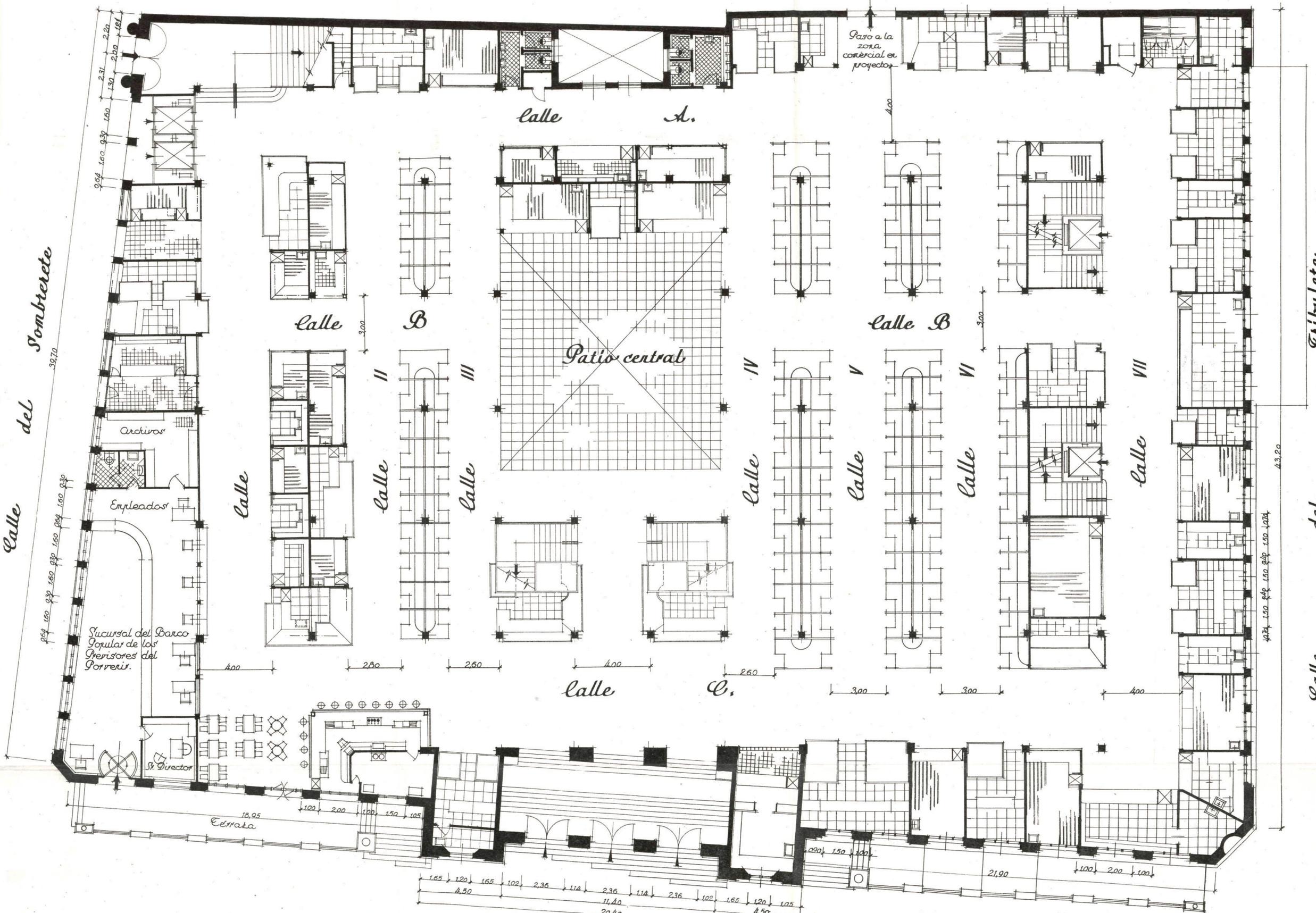


ENTREPLANTA

Proyecto de Mercado de San Fernando en la calle de Embajadores

Planta Baja

Zona Comercial



Inmobiliaria de Mejoras Urbanas, S.A.



Ayuntamiento de Madrid

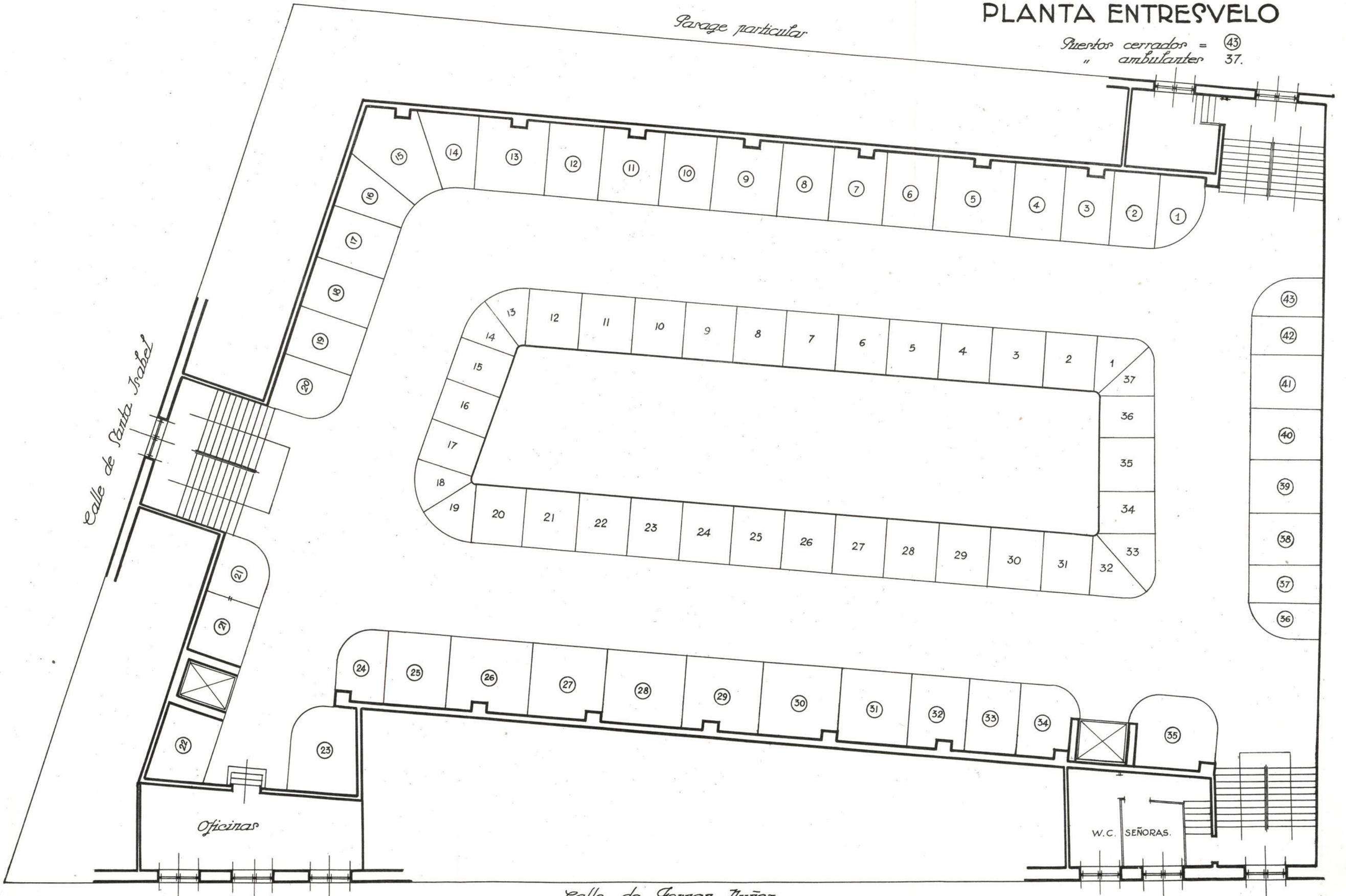
Madrid 10 de Enero de 1914
 El Propietario:
 Por, J. M. W. S. A.
 El Gerente,
 Cuatrecasas
 El Arquitecto:
 P. Fernández Navas

MERCADO "ANTON MARTIN"

PLANTA ENTRESVELO

Passage particulier

Puertas cerradas = 43
 " ambulantes = 37.



Calle de Santa Isabel

Calle de Fernan Nuñez

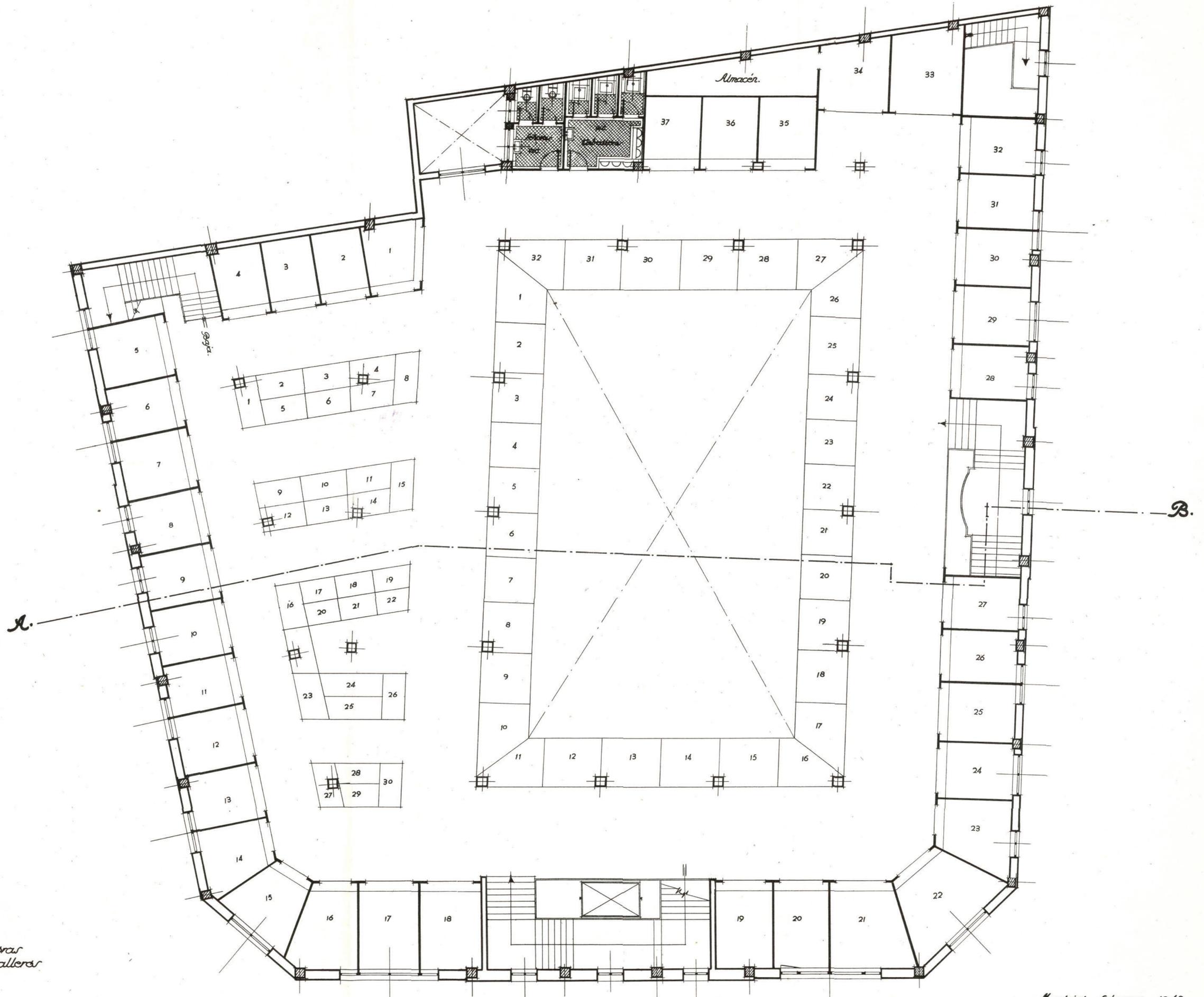
ESCALA.



Proyecto del Nuevo Mercado de San Anton.

Planta primera.

Escala 1:100



- Ciendas 37
- Bancas 32
- Puestos 30
- Servicio 1 Señoras
- id. 1 Caballeros

Madrid, febrero, 1943.

El Arquitecto
Carlos de la Fuente

Mercado de Santo Domingo en la Plaza de los Mostenses - Aspecto de conjunto.



*Madrid Agosto de 1943
Carlos de Miquel. Arquitecto*



ARTES GRAFICAS
MUNICIPALES

MA

Ayuntamiento de Madrid