



Ruta por las pescaderías de Madrid

UN RECORRIDO POR LA TRADICIÓN Y LA INNOVACIÓN

CON LA VISTA PUESTA EN EL FUTURO Y LAS NUEVAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN, PERO CON EL RESPALDO DE UN PASADO GLORIOSO QUE MANTIENE VIGENTE LA CREENCIA POPULAR DE QUE “MADRID ES LA MEJOR LONJA DE ESPAÑA”. LOCALES CENTENARIOS EN MANOS DE GENERACIONES DE PESCADEROS, PRODUCTOS DE LAS MEJORES LONJAS DEL LITORAL, MILES DE KILOS DESPACHADOS SEMANALMENTE Y LA APUESTA CONTINUA POR RENOVARSE Y ADAPTARSE A LAS NUEVAS DEMANDAS DE LOS CONSUMIDORES. ESTE ES NUESTRO RECORRIDO POR LAS PRINCIPALES PESCADERÍAS DE MADRID.

“¡Uno de gambas, medio de chirlas y uno de mejillones!”,

indica desde el mostrador uno de los empleados de Gonzalo González, quien se encuentra en la caja de su pescadería en la calle Noviciado, en el madrileño y cosmopolita barrio de Malasaña. La primera parada en este tour, en el que nos guía Adepesca -asociación minoristas de pescado de Madrid- no es casual. **Gonzalo González**, además de ser el presidente del gremio madrileño, es propietario de una de las pescaderías más longevas de la capital, adquirida por su abuelo en 1927 y explotada desde entonces por su familia. “Desde 2007 hasta 2013 pasamos por una crisis muy importante, desde entonces hemos notado un repunte. No es para tirar cohetes, aunque al menos hemos salido de la etapa anterior”, resume cuando le preguntamos cómo van las cosas en el sector. Ahora, dice, “estamos en stand by”, a la espera de conocer finalmente qué pasará en las nuevas elecciones y si la demandada reducción del IVA para los productos pesqueros, del 10 al 4 %, se materializa.

A pesar de todo, la innovación

..... LAS CIFRAS

1.200 Pescaderías forman parte de Adepesca		
4.000 empleos	160.000 toneladas al año	1.600 millones de euros

se abre paso. Al igual que en otros ámbitos, la capital también es sinónimo modernización y nuevas alternativas para el consumo de pescado. Tendencias que tuvieron su reflejo en una jornada organizada por Fedepesca en marzo en la que se presentaron algunos ejemplos innovadores en los puntos de venta que abordamos en estas páginas. El sushi, que sigue incrementando su presencia; la venta online, ya un camino sin vuelta atrás; la apuesta por el take away y

la elaboración en el momento; el mercado gourmet, etc. “Los tiempos han cambiado, la gente quiere que las cosas más o menos hechas, que tengan que hacer lo mínimo en sus casas”, explica **Gonzalo González**, quien habla de la necesidad de “ir más allá de la pescadería de toda la vida”, nos dice.

Porque el futuro presenta varios desafíos, y no únicamente hacer frente al descenso del consumo de pescado reconocido por el propio Gobierno.

“Tenemos un problema con el relevo generacional”, afirma **González**, porque “ahora mismo hay poca gente que quiera continuar con negocios como este”. La dureza del trabajo y el menor beneficio económico que genera complica la renovación en el sector y por eso, desde su llegada a la presidencia de Adepesca, **Gonzalo González** ha venido apostando por “revalorizar nuestro trabajo y dedicarnos a vender cuando se vende”, afirma en su defensa de una libertad total de horarios. “La gente trabaja, ya no compra por las mañanas, ¿por qué no abrir únicamente de 15 a 21, que es cuando la gente está en casa?”, pregunta.

Los hábitos de compra cambian, pero la idea de que “Madrid es la mejor lonja de España” no lo hace. “Sigue siendo así, porque en Madrid hay de todo. En Galicia no puedes ir a buscar gambas y langostinos, y en Andalucía no puedes comprar centollos y nécoras. Y así pasa con todas las regiones de España”. “Tenemos de todo, muy bueno, bueno, y regular. Cuando se dice todo, es todo”, explica. ●

..... LA NOTA HISTÓRICA

El mercado de los productos pesqueros en la capital es fiel reflejo de la transformación de la ciudad en los últimos siglos. Desde el s. XV está documentada la actividad de los arrieros “maragatos” -repobladores del Reino de León tras la expulsión de los moros en el IX-, que transportaban el pescado en mulas desde el norte. La llegada de ferrocarril acabó con este oficio y los maragatos, procedentes en su mayoría de Astorga, se asentaron en la capital vendiendo ellos mismos el pescado. Su extirpe llega a nuestros días. ●

1 Pescadería Gonzalo González UN REFUGIO EN LA GUERRA CIVIL

Gonzalo González, que cuenta con dos puntos de venta, despacha una media de 6.000 kilos a la semana. En su pescadería de Noviciado, con actividad desde 1927, se encuentran hasta 150 referencias diferentes, entre las que destacan los mariscos. Tercera generación de pescadero, Gonzalo se crió en este local. ¿Anécdotas? Muchas, dice. Pero se queda con una: durante la Guerra Civil, muchos vecinos se resguardaron de los bombardeos en una especie de cueva que existe en su bajo. Cuando está a punto de cumplir 90 años, la pescadería de Gonzalo González sigue manteniendo su clientela de toda la vida, a la que se han sumado hijos y nietos. Al mismo tiempo se ha beneficiado de la revitalización de un barrio de moda, en el que ahora viven escritores, actores, etc. ●



1

2 Pescadería Blancamar CLASES PARA EDUCAR AL CLIENTE

El negocio de Manuel Criado, con 6 empleados y unos 500 kilos de venta diarios, es una muestra de que “la pescadería de barrio está mejorando. Es un sector que se está especializando, más detallista, en el que tenemos a un público diferente”, nos cuenta Criado, un “maragato de toda la vida”. Su familia procede de Astorga, al igual que los antiguos arrieros de pescado, y sus espaldas cuenta con “3 ó 4 generaciones de pescaderos”. Junto con otros comercios de su barrio -Arganzuela- Criado puso en marcha una asociación de comerciantes, con iniciativas como una tarjeta de fidelización. En los últimos tiempos ha avanzado en su comunicación con el cliente, a través de la organización de talleres y degustaciones. “Mucha gente, sobre todos los jóvenes, no sabe comprar pescado”, justifica. “Es una forma de diferenciarse. El primer beneficiado soy yo, porque puedo conocer mejor a los clientes”, nos explica. ●



4



5

3 Pescaderías Coruñesas LA JOYA DE LA CORONA

Cuatro hermanos gestionan la que, probablemente, sea la pescadería más conocida de Madrid, con más de un siglo de vida. Sus cifras son impresionantes: 100 empleados y unos 40.000 kilos de pescado comercializados a la semana. A mayores de un impecable punto de venta, renovado recientemente, la empresa suministra a cadenas de hoteles, empresas y a sus propios

restaurantes. La Casa Real es uno de sus clientes. Coruñesas se encuentra en un momento “muy bueno”, afirma su consejero delegado, Diego García. Hijo del empresario -también de origen “maragato”- que se hizo con la empresa en 1956, asegura que parte del éxito ha sido “ir adecuándonos al gusto de los clientes, que es algo que va cambiando”. En este sentido han introducido una quinta gama y el sushi es uno de sus fuertes. También venden online y disponen de infraestructura para colocar producto en frío en cualquier punto de la península en 24 horas. A diferencia

7 Pescadería Oñate UN MENÚ DE OFICINA RECIÉN PREPARADO

Oñate es otra de las pescaderías madrileñas que ha apostado por diferenciarse a través de la innovación. Situada en el Mercado de La Paz, en el barrio de

Salamanca, la pescadería de José Antonio Oñate ofrece la posibilidad de comprar el producto y prepararlo en una freiduría que acaban de abrir en un local próximo. Allí también ofrecen menús diarios, pensados especialmente para trabajadores de las oficinas de la zona. Con 30 años de experiencia, Oñate insiste en que “el sector tiene que renovarse. No podemos quedarnos anclados en la pescadería tradicional

y simple. Es necesario mantener ese espíritu pero innovando. El cliente cambia, y nosotros tenemos que reciclarnos”, sostiene. ●



2 3



6 7



del resto de las pescaderías que visitamos, Coruñesas adquiere sus productos en origen y no en Mercamadrid. ●

4 Pescadería Ernesto Prieto 30 METROS DE MOSTRADOR EN VIVO A TRAVÉS DE WEBCAM

30 metros de mostrador rebotante de pescado dan la bienvenida a los visitantes

del mercado de Chamartín. Es la pescadería Ernesto Prieto, acuñada como “La Joyería del Mar” y fundada por el padre del actual responsable de la empresa a principios de los 60. Hasta 25 personas despachan pescado un sábado en esta pescadería que puede llegar a movilizar unos 4.000 kilo al día. A principios de siglo introdujeron los elaborados y hace cuatro se sumaron a la tendencia del sushi. Venden online y ofrecen al comprador virtual la oportunidad de ver en directo su mostrador a través de una webcam. ●

6 Pescadería José Ramón LA NUEVA GENERACIÓN

Rubén Martín y su hermano son el rostro del relevo generacional del sector. A cargo desde hace tres años de la pescadería José Ramón, propiedad de su padre, en el mercado de La Paz (Salamanca), indica que “por suerte o por desgracia es un trabajo que la gente joven no quiere. Es una profesión dura, que tiende a extinguirse porque es difícil encontrar a gente aún pagando bien”, con relación a los horarios -se levanta a diario a las 03.30 para ir a Mercamadrid- o trabajar los sábados. Con respecto a su negocio, su situación de su pescadería, en uno de los barrios de mayor poder adquisitivo de la capital, el de Salamanca, condiciona el producto en venta. “Tenemos la gran suerte de trabajar en este distrito, lo que nos permite traer productos de calidad. El cliente de aquí es lo que valora, antes que el precio”, afirma. ●

5 Pescadería Antonio Municio RELEVO GARANTIZADO

Sobrino y hermano de pescaderos, Antonio Municio ha borrado de la lista de asuntos pendientes su relevo al frente del negocio, que inició hace 43 años. Sus dos hijos forman parte de la plantilla de trabajadores -unos 14- de su puesto de pescado en el popular mercado de Las Maravillas, en el Barrio de Cuatro Caminos. “Estamos en un mercado con mucha vida, es uno de los punteros de Madrid”, nos dice. Municio cuenta a diario con unas 200 referencias en fresco, a las que suma 150 en congelados. Cuenta con vivero, cocedero y acaba de abrir en otro puesto del mercado un punto de venta gourmet. “Tenemos que diversificar, existen demanda para este tipo de productos”. ●