



MERCADOS DEL MUNDO

Pike Place Market, un mercado de mercados en Seattle, la ciudad de la lluvia

ANTONIO MANUEL MARTÍNEZ SÁNCHEZ.

En el noroeste de Estados Unidos, en concreto en el estado de Washington, se ubica Seattle, conocida con el sobrenombre de “ciudad esmeralda”, “la puerta a Alaska”, “la ciudad reina”, así como “la ciudad de la lluvia”. Sus calles están parapetadas por hermosos lagos, frondosos árboles y grandes mitos. Éstas dieron origen al nacimiento de multinacionales que ahora copan gran parte de los rascacielos de la ciudad, y cuyos productos y servicios se ofrecen globalmente. En suma, Seattle es una ciudad tecnológica, cafetera y con buenos músicos, aunque lo que realmente define a una ciudad (y a Seattle en particular) es su gastronomía, su cultura culinaria y como no, sus mercados, en este caso, el mercado “Pike Place”.

El mercado público “Pike Place” se encuentra estratégicamente construido en el cruce de la primera Avenida con la calle Pike, en la esquina noroeste del distrito comercial central de Seattle. Hacia el sudoeste está el paseo marítimo central y la bahía de Elliot, cuyos atardeceres veraniegos son un deleite.

Abrió sus puertas en el mes de agosto de 1907, siendo en la actualidad uno de los mercados más visitados y antiguos de

Estados Unidos, y desde entonces el rastro del éxito de lo que era a lo que se ha convertido no ha variado en su trasfondo, a saber, un mercado enfocado en el esfuerzo, en la absoluta dedicación a sus clientes y en una eficaz manera de transmitir los valores que lo caracterizan.

El devenir histórico del mercado “Pike Place” comenzó el 5 de agosto de 1907, cuando la ciudad de Seattle aprobó la ordenanza con la que se creaba el mercado público de agricultores en Pike Place. Los acontecimientos que precedieron a la apertura del mercado se sucedieron con rapidez, y es que antes de que finalizara el mes de agosto se estableció la compra de dos propiedades, y en noviembre de ese mismo año, el concejal de la ciudad de Seattle, Thomas Plummer Revelle, dedicó el mercado a sus ciudadanos, y Frank Goodwin, como director del mercado, completó la construcción del primer edificio, en cuyo interior albergaba 76 puestos para la venta. El crecimiento del mercado estuvo marcado por una proyección siempre alcista y de mejora continua, no sólo afrontando con éxito los desafíos que la ciudad poseía, sino también los del mundo en su conjunto. Prueba

fehaciente de ello fue el mes de abril de 1942, cuando el mercado pierde a la mayoría de los vendedores (agricultores) debido al internamiento de los japoneses-estadounidenses durante la Segunda Guerra Mundial, la mayoría nunca volvió al mercado. En 1998, el artista japonés, Aki Sogabe, recibió el encargo de honrar la memoria de estos agricultores a través de la creación de una obra de arte, consistente en la creación de unos murales con imágenes: “Canción de la Tierra” (en inglés “Song of the Earth”).

En los 60, cuando la mayor parte de los edificios antiguos fueron derribados para dar cabida a un nuevo proyecto urbanístico, se propuso, igualmente, rejuvenecer el mercado. El plan fue respaldado por el alcalde, por el Concejo Municipal de Seattle y comerciantes de la comunidad. El movimiento “amigos del mercado” dirigido por el arquitecto y activista cívico Victor Steinbrueck, se formó para oponerse a los planes de redesarrollo del mercado, reuniendo, en el año 1969, más de 53.000 firmas en contra de su demolición. El 2 de noviembre de 1971, los votantes aprobaron la creación de un distrito histórico de 4 hectáreas y, posteriormente, la ciudad de Seattle estableció la Autoridad de Desarrollo y Preservación del Mercado de Pike Place (1973) para rehabilitar y administrar los edificios centrales del Mercado. Los 70 se convirtieron en la década del esfuerzo, levantar la imagen del mercado con nuevas instalaciones y adaptarse a la nueva forma de vender con un cliente preocupado por la forma de alimentarse.

El mercado culminó con éxito la renovación llevada a cabo en el año 2012, la expansión iniciada en el 2015 y su posterior apertura de una nueva área, “Pike Place MarketFront”, en junio de 2017, integrando en su oferta a 86 agricultores, 225 artesanos, 4 pescaderías, 75 establecimientos de comida y 225 pequeños empresarios/as de diversa índole (barberías, zapaterías, librerías etcétera).

Sin lugar a dudas, “Pike Place Market” ya está pensando en su futuro, y algunos de los resultados ya son visibles en la actualidad. Como nos cuenta Emily Crawford, la directora de comunicación y marketing del mercado “Pike Place”, desde el año 2013 se ha invertido un mayor porcentaje del presupuesto de comunicación a las redes sociales, con la finalidad de atraer

a las generaciones más jóvenes que quizás no hayan crecido comprando aquí con sus padres, abuelos y, en algunos casos, bisabuelos. El futuro también se escribe atrayendo a nuevos vendedores en aquellos puestos que, o bien se han creado recientemente con la ampliación del mercado, o bien se han ido quedando vacíos. En este caso, el éxito viene de la mano del departamento comercial y las nuevas empresas o vendedores artesanales que tan populares son entre los clientes. El mercado, mientras se enorgullece de su carácter histórico y la autenticidad que proporciona más de un siglo de actividad comercial, no cesa en la adaptación a las nuevas tendencias alimentarias que se mueven dentro del canal minorista.

La reciente expansión del mercado, inaugurada en junio de 2017, incluye más de 2.800 metros cuadrados de nueva superficie comercial, una nueva sala para vendedores artesanales, un nuevo pabellón con espacio para 40 nuevos agricultores y artesanos, así como 40 nuevas viviendas para personas mayores. Emily Crawford se siente confiada en que este nuevo espacio creado, “Marketfront expansión”, y de cara a cinco años, servirá para conectar con los nuevos compradores a través de una serie de eventos y programas especiales que se desarrollarán en este punto del mercado. Estos eventos y oportunidades vendrán a través de alianzas y asociaciones ya existentes, como la que existe con “Chief Seattle Club”, y nuevas asociaciones que aún están por definir.

UN MERCADO CON FUTURO

“Pike Place Market” se compone de cuatro ejes vertebradores que le proporcionan gran parte de la “razón de ser”: los mercados de agricultores, las entidades que preservan el mercado, la responsabilidad social llevada a cabo y, por último, pero no por ello menos importante, la experiencia de compra a través de vendedores especializados y una gran variedad de restaurantes.

El primer mercado de agricultores de Seattle se construyó en torno al “Pike Place Market”, y ello fue parte activa del éxito de este emplazamiento. Desde 1907 hasta la actualidad, sigue



siendo un lugar donde el cliente puede conocer directamente al productor bajo el lema "Meet the Producer". Existen más de 80 granjeros provenientes de todo el estado de Washington que ofrecen una gran variedad de productos estacionales (en la época en la que se visitó el mercado, destacaban con abundancia, en los puestos de venta, los frutos rojos y las manzanas).

El cliente puede adquirir sus productos frescos, así como frutas y verduras durante todo el año en el interior del mercado, o bien, en la época más calurosa del año que abarca de junio a octubre, en los distintos lugares donde opera Pike Place Market con sus cuatro mercados: City Hall, Denny Regrade, First Hill y South Lake Union. Durante un día a la semana, estos mercados adheridos a la Asociación del Mercado de Agricultores del Estado de Washington proveen de productos frescos y locales a los residentes y trabajadores de Seattle. Lo llaman mercados "de un día o mercados emergentes" (el término en inglés sería el de "pop-up market").

Destacamos dos entidades que vertebran la parte de preservación del distrito histórico y responsabilidad social del mercado: la Autoridad de Desarrollo y Preservación del Mercado y la fundación del "Pike Place".

En 1971, la ciudad de Seattle creó el distrito histórico del mercado con la finalidad de proteger y preservar el carácter identitario y las edificaciones aledañas del vecindario. Con tal fin, se precedió a la constitución de la Autoridad de Desarrollo y Preservación del Mercado (PDA), tratándose de una corporación pública sin fines de lucro, para preservar, rehabilitar y proteger edificios dentro del mercado, aumentar las oportunidades de venta minorista agrícola y alimentaria, apoyar negocios pequeños y proporcionar servicios para personas de bajos ingresos.

En cuanto a la fundación del mercado, ésta se estableció en 1982 y desde entonces ha otorgado más de 27 millones de dólares para la creación de viviendas sociales, la atención médica, proporcionar alimentos, el cuidado de los niños y el apoyo a los vecinos más vulnerables.

La responsabilidad social del mercado está unida a la fundación del mismo, y es que no podríamos entender "el uno sin el otro". Tal y como advertimos en la información proporcionada por Kaly Kinomoto, colaboradora asociada al departamento de marketing, a día de hoy se trabaja con cinco diferentes proyectos/actividades dentro de lo que se denomina servicios sociales: el banco de comida, a través del cual las personas y familias que lo necesiten pueden recibir alimentos y neceseres de manera gratuita. El centro para personas mayores tiene como finalidad la lucha contra la pobreza y el hambre, el aislamiento social y provisión de cuidados y mejoras para la salud de aquellas personas mayores de 55 años. En él, se ofrecen comidas, clases para ejercitarse, y talleres con vistas a la creación de un ambiente socializador y de conexión con los trabajadores sociales. En la clínica médica se provee una amplia gama de servicios de salud que van desde la atención primaria hasta asesoramiento mental. La guardería del mercado fue fundada en 1982 bajo el principio de que todos los niños merecen acceso a una educación temprana de alta calidad. Actualmente



el centro se enfoca en la etapa preescolar de los niños/as y atiende cerca de 100 familias, otorgándoles al 70% asistencia para la matrícula. (los niños tienen edades comprendidas entre los 18 meses y los 5 años).



Por último, se encuentra la “Heritage House”. Se trata de unas instalaciones que incluyen apartamentos privados, servicios de enfermería y un entorno urbano provisto de servicios para las personas mayores. En cuanto al apartado de viviendas, la Autoridad de Desarrollo y Preservación del Mercado administra 400 unidades residenciales repartidas en ocho edificios del distrito histórico. Cuatro de las propiedades están designadas para personas de la tercera edad de bajos ingresos y otras elegibles para subsidios federales, proporcionando una red de seguridad valiosa para los más vulnerables de la comunidad.

El cuarto eje del mercado serían sus comerciantes, como, por ejemplo, las 200 tiendas especializadas que el mercado acoge. La gran mayoría de ellas son regentadas por pequeños empresarios y autónomos que, desde hace décadas, se entremezclan en los pasillos con conocidos restaurantes y franquicias. Tiendas de tebeos, antigüedades, objetos variados dignos de coleccionista, obras de arte, ropa, productos de cocina y las cinco librerías independientes convierten la experiencia de compra en majestuosa. Queso, chocolate, miel, vino, pasta, miel, aceite, pescado, carne curada, además de frutas y verduras complementan una variada oferta comercial.

De hecho, en el interior se encuentran tiendas que son tan legendarias y famosas como el propio mercado. Tal es el caso de la tienda “Pike Place Fish Market” con sus célebres “the fish guys” y sus pegadizas canciones. Hoy día es una empresa comprometida con la sostenibilidad de los mares y, asumiendo la responsabilidad comprometida en 2011, venden productos del mar que cumplen con los requisitos de ser 100% sostenibles. Además de la anteriormente mencionada, en el mercado existen otras tres empresas especializadas en pescados frescos, ofreciendo una gran variedad de pescados y mariscos como, por ejemplo, salmón fresco, fletán de Alaska, vieiras, cangrejos, ostras etcétera. Para los amantes del pescado y mariscos comercializados en este mercado, se realizan envíos a todo el país.

“Don & Joe’s Meats” ofrece una variedad de carnes de alta calidad más allá de lo que podemos encontrar en los supermercados. En la tienda de vinos “Pike and Western” podemos encontrar desde vinos italianos, franceses y españoles bajo el emblema de “If we taste it and like it, we sell it!”.

En pleno corazón del mercado todavía podemos degustar un café en lo que sería la primera y original cafetería Starbucks.

Indi chocolate es una empresa que produce y comercializa una amplia gama de productos a base de cacao, y la miel es un manjar que tiene presencia en “Pike Place” gracias a dos empresas: “Moon Valley Organics” y “Sunny Honey Company”.

Los amantes de la gastronomía, cocineros, profesionales de los fogones y, en general, cualquier persona que ama la comida, tienen en el mercado “una barra libre” de más de 70 puntos de restauración, entre los que se incluyen panaderías, bares y cafeterías. Algunos de los restaurantes datan de mediados de 1900 y se fusionan con nuevos conceptos culinarios e innovadores servicios. Muchos de los cocineros profesionales comienzan su carrera en el mercado, y qué mejor manera que dar los primeros pasos en un lugar donde se encuentran los alimentos más frescos, de la mano del propio agricultor, y producidos localmente (y en muchas ocasiones de manera orgánica).

En resumen, el “Pike Place Market” es un mercado rebosante de futuro. Cada esquina se sabe cargada de historia y a su vez, de innovación y capacidad de superación. Es un espacio físico en el que se aúnan vendedores y compradores, como en muchos otros mercados (igualmente coloridos y llenos de vitalidad), pero en su interior se están gestando algunas de las prácticas, iniciativas y tendencias que marcarán el devenir de la forma de alimentarnos, a saber, enfoque en la venta de productos locales, especialización en productos orgánicos, sostenibles y sustentables, así como dar un mayor protagonismo (o simplemente el que le correspondería) al agricultor. Para terminar, destacamos el desarrollo de un enfoque hacia la comunidad y en especial, a aquellos que más lo necesitan como los niños, personas con recursos económicos más reducidos y personas de avanzada edad, así como los distintos ejes vertebradores del mercado anteriormente mencionados. El icónico mercado público se ha ganado su lugar dentro de la ciudad, y es que Seattle es, pese a sus muchos sobrenombres, la ciudad del “Pike Place”. ■

Más información:

<http://pikeplacemarket.org/history#collapse-1900>
www.pikeplacemarketfoundation.org
<http://pikeplacemarket.org/specialty-foods>
www.pikeandwestern.com
<https://www.pikeplacefish.com/pages/presentations>