

## MERCADOS DEL MUNDO

# Mercado de agricultores “Houston Farmers Market” (Houston, Texas)

•• Texto y fotos: Antonio Martínez Sánchez

---

**Houston, ubicada en el populoso estado norteamericano de Texas, tiene ante sí el reto de representar su cara menos conocida, su pasión por la gastronomía. El acceso a los productos frescos de calidad resulta vital para una ciudad en cuya diversidad culinaria reside su éxito.**

La ciudad alberga cerca de diez mil restaurantes, que representan a más de 70 países y regiones de América, seiscientos establecimientos “vegetarianos”, setecientas gastronetas (popularmente conocidos con el término anglosajón de “Food Trucks”) y más de una decena de mercados de agricultores; se trata de la capital culinaria del sur de Estados Unidos.

Los mercados de agricultores son un excelente ejemplo; por un lado, pequeños agricultores, artesanos/as,



y productores tienen una oportunidad de ofertar sus productos con mejores márgenes, de poder interactuar y retroalimentarse directamente con el cliente final, y, a su vez, ofertar los excedentes agrícolas que de otra forma serían desperdicio alimentario. Por su parte, el cliente cada vez más preocupado por la procedencia de los alimentos, la sostenibilidad de su procedencia y la relación ética existente entre productor, distribuidor y minorista, tiene acceso a alimentos frescos provenientes de agricultores locales, así como una fuente de información directa y confiable sobre aquellos productos que está adquiriendo.

### HISTORIA DEL "HOUSTON FARMERS MARKET"

El mercado de agricultores "Houston Farmers Market" es el más antiguo y grande de la ciudad y se encuentra en la calle 2520 Airline Drive al norte del histórico barrio "Heights".

Los orígenes de este espacio comercial se remontan a principios de 1937 cuando un grupo de agricultores de las áreas que rodean la ciudad experimentaron dificultades para vender sus productos y optaron

por crear una Asociación de protección al agricultor: "The Farmers Protective Association", predecesora de la cooperativa de agricultores "The Farmer's Cooperative Marketing Association of Houston, Texas (en adelante FCMA)".

En 1942, nueve miembros de la asociación junto con la ayuda de agricultores de Houston compraron 40.000 metros cuadrados para operar el que sería el primer mercado de agricultores de Houston.

Durante casi 80 años de actividad, el mercado de agricultores ha visto duplicar su superficie comercial, cambiar su estructura societaria de cooperativa a corporación, y, por último, en el año 2017, una empresa inversora pasó a ser propietaria de la sociedad del mercado de agricultores con la finalidad de modernizar y revitalizar este espacio comercial.

El renovado mercado abrió sus puertas en mayo de 2021 tras cerca de dos años de rehabilitación y una inversión de diez millones de dólares. El resultado final no deja indiferente a nadie. Se trata de un mercado que combina partes de centro comercial abierto con zonas arboladas, y un pabellón central, ambien-





**El renovado mercado abrió sus puertas en mayo de 2021 tras cerca de dos años de rehabilitación y una inversión de diez millones de dólares. El resultado final no deja indiferente a nadie. Se trata de un mercado que combina partes de centro comercial abierto con zonas arboladas, y un pabellón central, ambientado con toques industriales, que aglutina a la mayor parte de los vendedores de productos agrícolas**

tado con toques industriales, que aglutina a la mayor parte de los vendedores de productos agrícolas.

La reinención de este mercado, con miras a convertirse en un referente internacional, se realiza en torno a potenciar lo local; restaurantes, vendedores de productos agrícolas, artesanos, y demás empresas mayoristas tienen sus raíces en la ciudad de Houston.

#### **LOS CIMIENTOS DEL MERCADO: SUS COMERCIANTES**

Existe un ambiente colorido por los pasillos, por las instalaciones del mercado, y es que, su esencia, representada por la diversidad de sus comerciantes, no deja de tener esos toques de festividad que nos podríamos encontrar en los mercados y plazas de México. Cada puesto está separado por una malla transparente que crea una sensación de conjunto en todo el mercado y, a su vez, brinda la oportunidad al cliente de disfrutar de los denominados “descubrimientos inesperados”.

Los puestos de frutas y verduras, ocupados antaño por agricultores, son ahora desplazados por pequeñas y medianas empresas mayoristas como, por ejemplo, “North Side Banana Co”, una de las empresas de productos agrícolas más antiguas de Houston, fundada por Hilmer C. Schmidt en 1958.

Tal y como presume en su letrero, “Allied Produce” es otra de las empresas veteranas con 59 años de activi-



dad. En este caso, la adaptación al cliente se realiza desde la diferenciación de oferta de productos, y es que su especialización en vegetales asiáticos convierte a este puesto en una parada obligatoria: Col de origen chino como “bok choy”, coliflor “yu choy, setas de aguja de oro denominadas “enoki”, tofu refrigerado o seco, calabaza “kabocha”, entre otras variedades.

Las especias, semillas y legumbres a granel son un complemento único a lo largo y ancho de una variedad de puestos tales como “Manzano’s Produce”, “J Luna’s Produce Company” o “Los Cavazos”. Los clientes encuentran variedades únicas de especias como

---

**El relevo generacional de las empresas que componen el mercado, la adaptación de la oferta a los nuevos gustos, la incorporación de la tecnología al proceso de venta y la comunicación a través de los medios sociales, son un ejemplo de los retos a los que se enfrentan los vendedores y el propio mercado como institución**

---

la salvia blanca, quina roja, árbol de víbora, o zacate de limón entre otros.

En menor medida, la oferta de productos se complementa con puestos de artesanías, dulces típicos de México y Centroamérica, y floristerías.

El relevo generacional de las empresas que componen el mercado, la adaptación de la oferta a los nuevos gustos, la incorporación de la tecnología al proceso de venta y la comunicación a través de los medios sociales, son un ejemplo de los retos a los que se enfrentan los vendedores y el propio mercado como institución.

Todd Mason es el socio fundador de MLB Capital Partners, y una figura muy importante en la puesta en marcha de este proyecto. Tal y como afirma, la mejor manera de atraer y de interactuar con la clientela potencial es a través de las redes sociales, pero una vez que el cliente visita el mercado, son los vendedores los verdaderos artífices de ofrecer una experiencia de compra personalizada e interactiva.

La empresa propietaria del mercado de agricultores sigue trabajando en la incorporación de conceptos novedosos de restauración, puestos de venta, así como la apuesta por abrir 7 días a la semana 363 días al año.

Con respecto a la oferta del mercado, Todd nos confirma que no es sino un proceso continuo en el que restaurantes, artesanos/as, puestos de frutas, y demás vendedores se fusionan en una experiencia enriquecedora: “El mercado quiere reflejar la diversidad cultural de la ciudad, y a la par, mantener las tonalidades de proximidad que proporcionan los proveedores locales. Por ahora, este enfoque se realiza con la incorporación de vendedores de productos asiáticos, de influencia mediterránea, japonesa, africana, y sin olvidar el atractivo que supone incorporar restaurantes y proveedores locales”.



Hasta la fecha, se encuentra proyectado la incorporación de un establecimiento de comida rápida, una tienda especializada en carnes, un restaurante con platos predominantemente enfocados a la cocina texana, un restaurante de desayunos y, por último, un establecimiento especializado en cangrejo de río “Crawfish”.

Si bien es cierto que el mercado tiene una base de seguidores muy nutrida en redes sociales, aún tiene áreas de crecimiento importante entre las que destacamos un programa de fidelización, la realización de actividades lúdicas y eventos, potenciar la marca “Houston Farmers Market” como distintivo único, o el desarrollo de espacios de información nutricional entre otras actividades.

El renovado mercado de agricultores “Houston Farmers Market” representa una oportunidad exclusiva de crear comunidades con mejor acceso a alimentos frescos, la apuesta por un ecosistema alimentario local que se identifique con la ciudad, sin olvidar el desarrollo económico y la creación de puestos de trabajo que ello conlleva. ■