



MERCADO DE LA RIBERA. BILBAO

La ciudad de Bilbao tiene siete mercados municipales agrupados bajo una misma enseña, una marca de calidad compartida: B Merkatua. El Ayuntamiento de Bilbao ha sido el impulsor de esta marca común desde la sección de mercados del consistorio que se ocupa de la gestión directa e indirecta de los siete mercados de Bilbao, respectivamente. Como subraya la página web del Ayuntamiento, la sección de mercados municipales, creada en los años 30 del siglo pasado con la inauguración en 1929 del Mercado de la Ribera, tuvo que ponerse al día y transformarse en “unidad técnica de gestión” para poder asumir mayores y más ágiles competencias con respecto a los mercados municipales de Bilbao, toda vez que éstos han tenido que afrontar, como en el resto del Estado, los cambios de las pautas de consumo y la

competencia frente a las grandes superficies a partir de los años 90 del siglo XX.

En este marco, cada uno de los mercados de Bilbao es gestionado por la asociación de comerciantes constituida en una sociedad de gestión. El Ayuntamiento se encarga de velar por el cumplimiento de la normativa de mercados, apoyando puntualmente los proyectos procedentes de los propios comerciantes y avalando la perspectiva de conjunto de la marca Mercado Municipal B Merkatua.

En el caso del Mercado de la Ribera, ésta era su forma de gestión hasta que en el año 2004 la asociación de comerciantes encaró con decisión la necesaria remodelación integral del mercado, muy deteriorado por el paso del tiempo.

La trascendencia de la obra, que obligaba a una reforma en profundidad de la



estructura, junto con el costo de la misma, hizo que el Ayuntamiento bilbaíno asumiera provisionalmente la gestión directa del mercado más emblemático de Bilbao para reforzar el trascendente proyecto de reforma.

En total, el proyecto ha costado 21 millones de euros, el Ayuntamiento ha aportado 13, los comerciantes 5,3 y el Gobierno vasco, otros tres millones.

Este coste se justifica ya que estamos hablando de uno de los símbolos comerciales, arquitectónicos y sociales de la ciudad desde los años 30 del siglo pasado. A orillas de la ría del Nervión, como buque varado en su orilla, en 1929, el arquitecto Pedro Ispizua diseñó un mercado muy moderno, sin columnas interiores, abriendo un espacio interior diáfano y luminoso gracias a la luz cenital que inunda de luz natural la nave central a través de las vidrieras superiores. En la parte exterior el mercado muestra una decoración art decó innovadora para los años en que fue construido.

A finales de 2010 se acabó la primera fase de la remodelación del mercado.

Estructuralmente se ha apuntalado el edificio, a nivel estético los puestos son limpios y funcionales, de acero inoxidable para que no se vean afectados por la humedad que supone estar al borde de la



ría. Los puestos gozan de una iluminación específica en función del gremio al que pertenecen: pescadería, frutería y/o carnicería, los tres rubros principales del mercado.

Los comerciantes, por tanto, han vuelto a sus comercios, dispuestos a plantar cara a la competencia gracias a la calidad y profesionalidad de casi cien años de experiencia acumulada a lo largo de las generaciones.

Sin embargo, los comerciantes del Mercado de la Ribera, a pesar de su experiencia, no pecan de autocomplacientes. De hecho, han puesto en funcionamiento toda una batería de innovaciones comerciales que permiten al mercado competir en este difícil y competido espacio comercial de la alimentación fresca. Por ejemplo, el



Mercado de la Ribera ha puesto a disposición de los clientes y vecinos del Casco Viejo de Bilbao el servicio a domicilio centralizado. Desde la consigna del mercado se centraliza la compra de los clientes, que es enviada a sus hogares en el mismo día por un coste más que asumible de 3 euros. El servicio es imprescindible, dado que la clientela del mercado se concentra en los barrios del Casco Viejo y Bilbao La Vieja. A pesar del buen servicio de transporte público que acerca al Mercado de la Ribera, sin embargo, el envejecimiento de la población de los barrios del centro de Bilbao a los que abastece y la llegada de nuevos vecinos con pautas de consumo difícilmente compatibles con los horarios de venta en los días de entresemana, obligaban al desarrollo de este servicio. Está en estudio el servicio de compra por teléfono e Internet.





Por otra parte, en la planta superior del mercado se suceden actividades paralelas como exposiciones, cursos gastronómicos, etcétera. La segunda parte de la remodelación pondrá en valor la entrada por la zona del puente de la Merced y está previsto que allí se integre una oferta complementaria que puede incluir bar o cafetería. En esta zona, aún por remodelar, la demanda de nuevos comerciantes que desean instalar su comercio ha desbordado todas las expectativas. Entre 20 y 50 nuevos comerciantes han expresado su deseo de asumir alguna de las concesiones. Renovación generacional, muestra de la buena salud de este veterano mercado bilbaíno, emblema de calidad y profesionalidad, reforzada por la atención de las instituciones públicas al impulso de renovación y confianza nacida de los propios comerciantes que nunca han dejado de creer en la importancia para Bilbao de su función gastronómica, comercial y social.



Juan Ignacio Robles

*Profesor del Departamento de Antropología Social
Universidad Autónoma de Madrid*

