

CONVIVENCIA DEL COMERCIO TRADICIONAL CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

La Boqueria en casa

La quinta generación del puesto de pescado Ripoll del mercado pone en marcha la venta por internet ≡ **La idea** ha sido premiada por el ayuntamiento como mejor iniciativa en el 2011

XABIER BARRENA
BARCELONA

Los tatarabuelos de Lluïsa y Jaume Ripoll abrieron, en el siglo XIX, un puesto de pescado en el mercado de Sant Josep. Mundialmente conocido como la Boqueria. Desde entonces, 150 años y cinco generaciones después el proceso de venta ha variado poco o nada. Es decir, el método «¿Qué te pongo, reina?» ha pervivido y pervive. ahora en compañía de internet. Los Ripoll, junto con Oriol Marí, de la empresa Whads Accent, han creado una web de venta a domicilio de género, con el muy actual nombre de Peix al Cove y con una dirección electrónica inconfundible: www.peix.cat. Los Ripoll recibieron el pasado día 25 el premio a la mejor iniciativa privada del 2011 dentro de los mercados municipales y una mención especial dentro de los galardones La Millor Botiga del Món.

«Hace dos años entramos en una crisis brutal. No solo por la coyuntura económica, sino propia del mercado de la Boqueria», explica Lluïsa Ripoll. «El cierre del parking de la plaza de la Gardunya – prosigue – hizo un daño inimaginable: la accesibilidad al mercado es



RICARD CUGAT

►► **Cuchillo e Ipad** ► Lluïsa Ripoll, en la parada familiar de la Boqueria, el 9 de octubre.

pésima y este recinto no se mantiene gracias a la gente del barrio, sino a la del resto de Barcelona y de más allá. Hasta el 80% de los compradores se desplazan de más allá del distrito. Y sin aparcamiento...»

Los datos avalan la tesis: «la facturación de los sábados, actualmente, supone un tercio de la que solía hacerse», apunta la emprendedora. «Entre semana a veces no sale a cuenta abrir el puesto», remata.

A todo esto cabe añadir otros problemas, para una pescadería, más propios de la sociedad actual: «La gente no come pescado y nuestra generación –sonríe Ripoll, una madre de dos niños aún pequeños– no

sabe ir al mercado». Y si ese es el retrato, ¿qué podía hacerse? Ir a buscar a la gente a su casa.

«Nosotros no somos una gran superficie, somos el puesto Ripoll Estera de la Boqueria. Quería llevar el mismo pescado que se vende en el mercado a casa», afirma la galardonada. En ese momento se puso en contacto con Marí, con experiencia en la construcción de la tienda online de Mango.

Cesta inteligente

La gracia de www.peix.cat radica en lo que el dúo emprendedor llama «la cesta inteligente». Un lote personalizado en el que el usuario debe especificar qué productos y cantidad, con qué presupuesto cuenta y qué frecuencia de entre-

El género sale directamente del puesto centenario de Ripoll Estera a los domicilios

ga requiere. Los precios son los mismos que en el mercado más cuatro euros como gastos de envío. Y se puede hacer la orden hasta la medianoche del día anterior.

Después ya no, porque hay que ir a Mercabarna donde se compra todo el pescado, indistintamente de si es para el puesto o para la web. Es cuando el género llega a la Boqueria es cuando se cargan los vehículos de reparto. ≡