

Tradición renovada

San Martín merkatua

Re-conectar con lo local

Donostia / San Sebastián
por EL EQUIPO CREATIVO

Ubicado en el corazón del Área Romántica de Donostia - San Sebastián, el mercado de San Martín forma parte del imaginario cotidiano de la ciudad. Más que un espacio de abastecimiento es un lugar de encuentro, un escenario donde lo local se expresa no solo a través del producto, sino también a través de las relaciones que se construyen en torno a él.

La reciente reforma parte de una idea clara: **recuperar el carácter esencial del mercado como espacio urbano vivo, profundamente vinculado a sus habitantes**. Para muchas personas del barrio la visita diaria al mercado es un ritual de encuentro, conversación y pertenencia. El proyecto reconoce esta dimensión y la potencia, generando un entorno que invita a quedarse, compartir y construir comunidad.

Para nuestro estudio, además, se trata de un proyecto especialmente significativo. Dos de los tres socios somos de Donostia, y trabajar en un lugar tan arraigado en la memoria colectiva ha supuesto una oportunidad única de intervenir desde el respeto, la cercanía y el conocimiento directo de su uso cotidiano.





Concepto

Conexión local que realza el producto

Desde el inicio, el proyecto se articula en torno a dos objetivos fundamentales.

El primero, poner en valor el producto local, auténtico protagonista del mercado. La arquitectura se concibe como un soporte silencioso que acompaña sin competir, utilizando materiales honestos y de proximidad —madera, piedra y hierro— que aportan textura, calidez y una identidad atemporal. La paleta cromática, contenida y natural, refuerza la presencia del producto fresco, generando un ambiente acogedor, cercano y claramente reconocible.

Más allá de su expresión material, esta estrategia busca construir un espacio que invita, accesible y cotidiano, donde el usuario se sienta cómodo, invitado a recorrer, detenerse y participar.



Diseño

El mercado se organiza en dos plantas, cada una con una oferta diferenciada: la planta baja reúne los productos de la tierra y las carnicerías, mientras que la planta sótano se destina a las pescaderías.

Un mercado, dos experiencias

El diseño hace visible esta dualidad mediante el empleo de diferentes lenguajes materiales y formales en vitrinas, copetes y elementos suspendidos, que evocan los universos del campo y del mar. Esta narrativa no solo explica el origen del producto, sino que conecta emocionalmente al usuario con su procedencia, reforzando la experiencia del mercado.



Del campo al mercado

En la planta baja, el diseño remite a la tradición agrícola y a la idea de acercar el producto de la tierra al consumidor.

El espacio se inspira en el paisaje rural e incorpora referencias a las cestas trenzadas, ligadas históricamente a la recolección. El techo de madera trenzada aporta calidez y una escala más doméstica, mientras que la piedra local en pavimentos y encimeras refuerza la conexión con el territorio.

La combinación con estructuras metálicas introduce un contrapunto contemporáneo, evocando al mismo tiempo la memoria constructiva del mercado original. El resultado es un espacio donde la materialidad no solo define una estética, sino que construye una **atmósfera cercana, cálida y reconocible**, poniendo siempre el foco en el producto.



Del puerto al mercado

En la planta -1, el proyecto se vincula al mar y a la actividad portuaria, construyendo una identidad propia pero coherente con el conjunto.

El diseño del techo remite a las cajas utilizadas en el transporte del pescado, mientras que los revestimientos evocan las estructuras de las embarcaciones tradicionales y las redes de pesca. La paleta cromática, en tonos turquesa y verdes, alude al Cantábrico, generando un ambiente fresco, luminoso y evocador.

Al mismo tiempo, el espacio responde a las exigencias de higiene y funcionalidad propias de las pescaderías, integrando estas necesidades dentro de un lenguaje arquitectónico que mantiene el carácter del mercado.



Del mercado a la mesa

El diseño incorpora la posibilidad de degustar los productos del mercado, tanto en los propios puestos como en el área central de la planta baja.

Esta estrategia responde directamente al segundo gran objetivo del proyecto: **reforzar el mercado como espacio de socialización del barrio**, entendiendo que su valor no reside únicamente en la compra, sino en todo lo que sucede alrededor de ella.

Espacio versátil

La zona central de la planta baja adquiere un papel fundamental en esta transformación. Durante la mañana, este espacio está ocupado por las *caseras*, un término tradicional que hace referencia a las personas que traen producto fresco desde los *caseríos* de la zona. Su presencia mantiene viva una tradición profundamente arraigada en la cultura local.

Por la tarde, las mismas mesas se transforman en un espacio compartido donde degustar los productos del mercado. Esta flexibilidad permite alargar el ciclo de uso del espacio, ampliar su horario social y atraer a nuevos públicos, integrando diferentes formas de habitar el mercado en un mismo lugar.



La apertura a la calle

Otro aspecto clave del proyecto es su relación con el exterior. La apertura de nuevos huecos en fachada favorece la entrada de luz natural y establece una conexión visual más directa entre el interior del mercado y la ciudad, reforzando su carácter abierto, accesible y transparente.



La relación con la ciudad

El proyecto refuerza la presencia urbana del mercado mediante una nueva marquesina y un acceso más visible, consolidándolo como un punto de referencia en el barrio.

La incorporación de locales con terrazas permite que la actividad interior se extienda hacia el espacio público, diluyendo los límites entre dentro y fuera y convirtiendo el mercado en un lugar activo a lo largo del día.





El resultado es un mercado que recupera su esencia y la proyecta hacia el futuro: **un espacio cálido, cercano y profundamente urbano**, donde el producto local, la arquitectura y la vida cotidiana se entrelazan para dar lugar a nuevas formas de encuentro.



EL EQUIPO CREATIVO

Socios: Oliver Franz Schmidt, Natali Canas del Pozo,
Lucas Echeveste Lacy

Jefe de proyecto: Lucas Echeveste Lacy

Cliente: Mercado San Martin

Constructora: Incoga Smart building

Iluminación: lichtplanners

Fotografía: Aitor Estévez

Para más información, contactar con
comunicacion@elequipocreativo.com

<https://www.elequipocreativo.com/>

C/LLul 57,5º2ª
08005 Barcelona
Tel. +34 93 221 68 75

Acercas de El Equipo Creativo

Fundado en Barcelona por los arquitectos Oliver Franz Schmidt, Natali Canas del Pozo y Lucas Echeveste Lacy, El Equipo Creativo se ha consolidado como un referente internacional en diseño de interiores para hotelería, gastronomía y marcas. Sus proyectos destacan por un enfoque conceptual sólido que combina narrativas cautivadoras, un diseño audaz y una fuerte conexión con lo local.

Cada diseño reinterpreta la esencia cultural y material del entorno, integrando técnicas de la artesanía tradicional y elementos custom-made que aportan autenticidad y carácter único. Su portafolio abarca colaboraciones con hoteles boutique, grandes cadenas internacionales y restaurantes de prestigio mundial, como Tickets o Pakta (Albert Adrià), así como Disfrutar (#1 en The World's 50 Best Restaurants). A través de un uso vibrante del color y materiales cuidadosamente seleccionados, su trabajo busca inspirar a los usuarios mientras refleja la esencia única de cada lugar.

Con más de 60 premios internacionales y proyectos realizados en cuatro continentes, El Equipo Creativo es un referente global en diseño. La revista FRAME los ha reconocido entre los 20 diseñadores más influyentes del mundo, consolidando su visión como creadores de espacios únicos con impacto visual, narrativo y cultural.