

LA MARQUETA

La Marqueta Plan Conceptual



La Marqueta is located in East Harlem between E. 111th and E. 119th Street, underneath the Park Avenue viaduct. Since its inception in 1936, La Marqueta has steadfastly remained a landmark in East Harlem. In 2017, City Council, the NYCEDC, and local community stakeholders engaged in a feasibility study to develop goals and a framework for future investments at La Marqueta. This work led to a conceptual plan for Lots 1 through 8 that illustrates and reflects these goals. This brochure intends to memorialize a high level conceptual plan for the market. The concept presented here will be subject to change. It does not indicate specific programs or transportation management approaches in any specific location. Dates and programs are subject to change.

La Marqueta está ubicada en East Harlem, entre las calles E. 111 y E. 119, debajo del viaducto de Park Avenue. Desde su creación en 1936, La Marqueta se ha mantenido siempre como un punto de referencia en East Harlem. En 2017, el Ayuntamiento, la NYCEDC y agentes de la comunidad local participaron en un estudio de viabilidad para desarrollar objetivos y un marco para las inversiones futuras en La Marqueta. Este trabajo dio lugar a un plan conceptual para las parcelas 1 a 8 que ilustra y refleja dichos objetivos. Este folleto tiene la intención de conmemorar un plan conceptual de alto nivel para el mercado. El concepto presentado aquí será sujeto a cambios. Este no indica programas específicos o enfoques de gestión de transporte en ningún lugar específico. Días y programas están sujetos a cambio.

CONCEPT PLAN

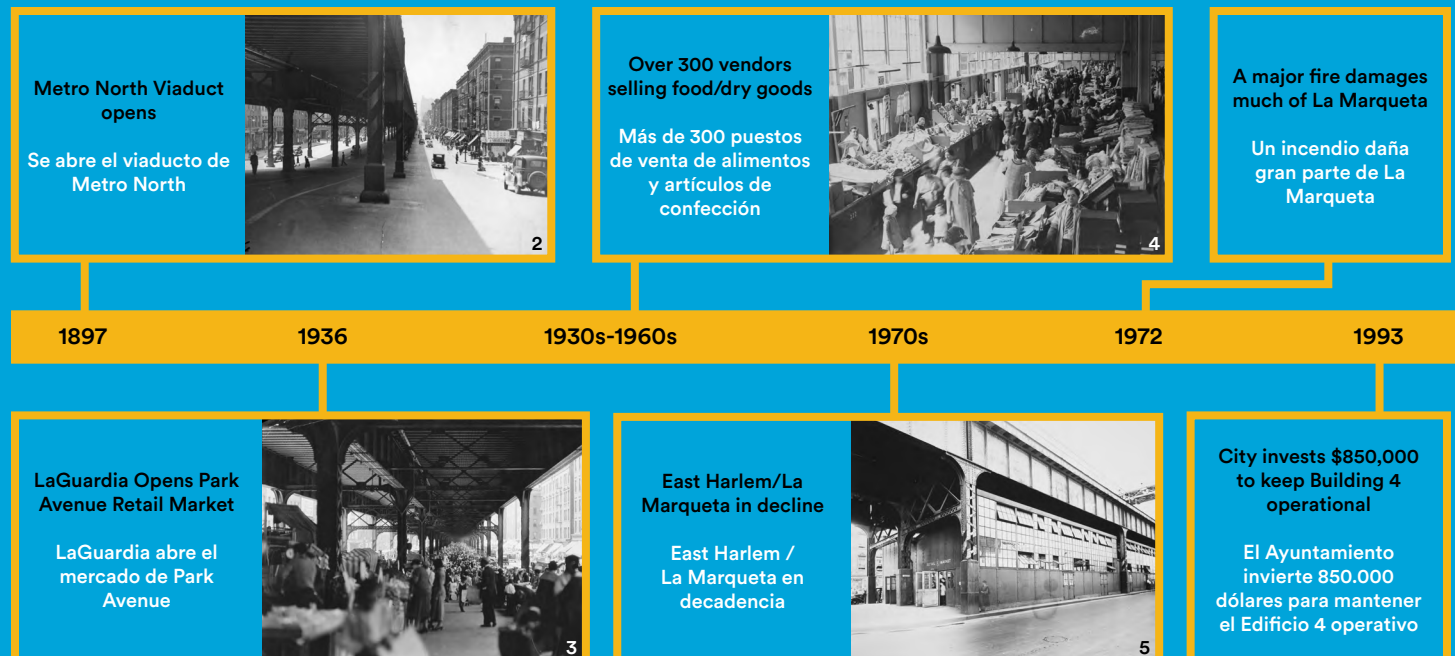
DESIGN AMBITION

Objetivos de Diseño

1. Build on historic configuration and uses
 2. Address acoustic and lighting issues
 3. Reach balance between built structures and open lots
 4. Create pedestrian continuity through eight lots
 5. Create visual transparency into lots
 6. Match proposed La Marqueta lot programs to site constraints, such as MTA clearances
 7. Ensure that loading—where required—is feasible and minimize impact and space requirements on the La Marqueta lots and adjacent streets like Park Ave between E 111th and E 118th Streets
 8. Match proposed La Marqueta lot programs to surrounding context, in terms of logical relationships to transportation and other related commercial and community uses
1. Respetar la configuración y los usos históricos
 2. Resolver los problemas de acústica e iluminación
 3. Buscar el equilibrio entre las estructuras construidas y las parcelas al aire libre
 4. Crear una continuidad peatonal a lo largo de las ocho parcelas
 5. Dotar de transparencia visual a las parcelas
 6. Ajustar la propuesta del programa de parcelas a las limitaciones del emplazamiento, como los espacios de MTA
 7. Garantizar que las necesidades de carga y descarga, donde las haya, sean factibles y minimizar el impacto y los requisitos de espacio sobre las parcelas de La Marqueta y las calles adyacentes, como Park Avenue entre las calles 111 y 118.
 8. Ajustar la propuesta del programa de parcelas al contexto de alrededor, en términos de relaciones lógicas con el transporte y otros usos relacionados de carácter comercial y comunitario

THE MARKET STORY

Historia del Mercado



PROGRAMMING GOALS

Objetivos de Programación



Make Fresh Food Available

Ofrecer alimentos frescos



Provide Affordable Price Points

Ofrecer precios asequibles



Promote Small, Local Retail Tenants

Promover el alquiler entre minoristas pequeños y locales



Introduce Grocery and Restaurants

Introducir tiendas de comestibles y restaurantes



Encourage Exercise and Activity

Fomentar el ejercicio y la actividad



Create Uses for NYCHA Block

Crear usos para el bloque de NYCHA



Cultural Programs and Events

Programa cultural y eventos



Job Creation / Workforce Development

Creación de empleo / capacitación laboral



Maximize Year-Round Use

Maximizar el uso todo el año



Maximize Hours Spent on Site

Maximizar las horas de estancia en el lugar



Maximize Days Spent on Site

Maximizar los días de estancia en el lugar



Maximize Public Access

Maximizar el acceso público

Mayor LaGuardia opened the Park Avenue Retail Market in 1936. As East Harlem transformed into Spanish Harlem in the 1930s, 1940s and 1950s, the Park Avenue Retail Market became “La Marqueta.” Food, traditional medicines, and small dry goods were sold to East Harlem, Central Harlem, and South Bronx residents, as well as to customers from other neighborhoods who would travel to the market to buy ethnic foods not available elsewhere in the city.

El alcalde LaGuardia abrió el mercado de Park Avenue en 1936. La transformación de East Harlem en el Harlem hispano en las décadas de 1930, 1940 y 1950 hizo que ese mercado se convirtiera en “La Marqueta”. Se vendían alimentos, medicinas tradicionales y pequeños artículos de confección a los residentes de East Harlem, Central Harlem y South Bronx, así como a clientes de otros barrios que se desplazaban hasta el mercado para comprar comida étnica que no había en ningún otro lugar de la ciudad.

City begins Hot Bread Kitchen Building 3 redevelopment

El Ayuntamiento inicia la remodelación del Edificio 3 de Hot Bread Kitchen



Completion of Building 3 kitchens & coolers investment (\$2M)

Se completa la inversión (2 millones de dólares) en cocinas y refrigeradores del Edificio 3

City Council Speaker announces \$5M in capital improvements for La Marqueta

Se anuncian mejoras de infraestructura por valor de 5 millones de dólares para La Marqueta

1996

2009

2011

2013

2014

2018

\$1.4M announced for La Marqueta plaza, lighting, sidewalks

Anuncio de 1,4 millones de dólares para la plaza, iluminación y aceras de La Marqueta

City finishes \$1M retrofit of Building 3

Finaliza la modernización de 1 millón de dólares del Edificio 3



Capital improvement work on La Placita Lot 5 commences Spring 2018

Las obras de mejora de infraestructura en la parcela 5 (La Placita) comenzaron en Junio del 2018

LA MARQUETA TODAY

La Marqueta Hoy

Today, the tradition of culinary creativity at La Marqueta continues to thrive. In addition to the longstanding food vendors that have provided the neighborhood with produce, dried goods and desserts, the NYCEDC and City Council have partnered to modernize underutilized market space, giving way to added retail space as well as fully equipped kitchen facilities that have enabled food businesses to grow. Meanwhile, weekly salsa and movie nights at La Marqueta are infusing the neighborhood's rhythm into the market.

En la actualidad, continúa prosperando la tradición de creatividad culinaria en La Marqueta. Además de los vendedores de comida, que han proporcionado durante todo este tiempo al barrio productos agrícolas, conservas, ropa y postres, la NYCEDC y el Ayuntamiento se han asociado para modernizar el espacio del mercado infrautilizado. Así, se ha ampliado el espacio de venta minorista y se ha dotado al mercado de unas instalaciones de cocina totalmente equipadas que han permitido ver crecer los negocios de alimentación. Entre tanto, la salsa y cine semanales en La Marqueta están imprimiendo en el mercado el ritmo del barrio.



Salsa Saturdays
Sábados de salsa



Youth Engagement
Participación juvenil



La Placita Cultural Rhythms
Ritmos culturales de La Placita



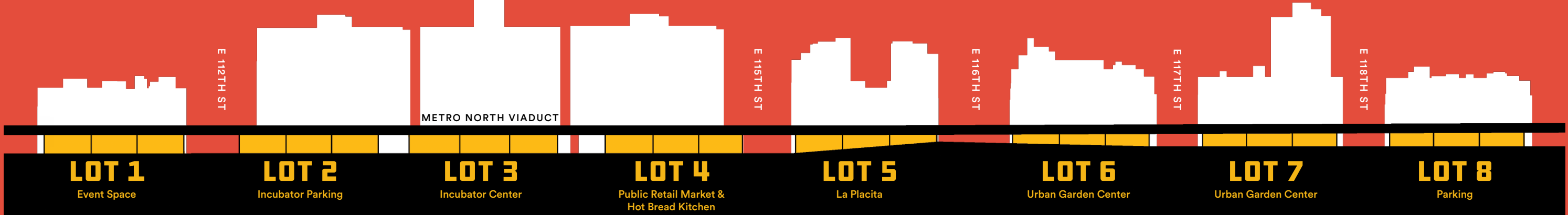
Urban Garden Center
Urban Garden Center



Hot Bread Kitchen Bakers in Training
Formación de panaderos en Hot Bread Kitchen



Community Interactions
Interacciones de la comunidad



LOT 3: INCUBATOR CENTER

Parcela 3: Incubadora

In 2011, the NYCEDC partnered with Hot Bread Kitchen to develop HBK Incubates, a 3,011 square foot kitchen space in La Marqueta's Building 3 to help culinary entrepreneurs get started in the industry. HBK Incubates has become home to 79 supported member businesses and 41 new members' start-up food companies, in which minority entrepreneurs are growing thriving enterprises. Building 3 also incubates Big Fish Candy, dba Tippy Scoops, LLC, and Little Green Gourmets will soon be an additional tenant.

En 2011, la NYCEDC se alió con Hot Bread Kitchen para crear HBK Incubates, de 3,001 pies cuadrados en el Edificio 3 de La Marqueta, para ayudar a los emprendedores culinarios a iniciarse en la industria. HBK Incubates acoge a 79 empresas afiliadas subvencionadas y 41 nuevas empresas de alimentación, también afiliadas, en las que emprendedores minoritarios convierten sus negocios en prósperas empresas. El edificio 3 también alberga emprendedores culinarios como: Big Fish Candy, dba, Tippy Scoops, LLC, y muy pronto Little Green Gourmets se añadirá a la lista de los emprendedores culinarios en el edificio 3 en LA Marqueta.



14

LOT 4: PUBLIC RETAIL MARKET

Parcela 4: Mercado minorista público

La Marqueta's Building 4 houses several longstanding and ethnic food vendors in individual stalls, each with access to deeply discounted space, secure and affordable off-street parking, subsidized utilities, on-site maintenance staff, and discounted cooler space. Several stalls also host artists who can produce and display their work within the building. Hot Bread Kitchen and their Bakers in Training program also occupy 1,600 square feet in the building.

El Edificio 4 de La Marqueta alberga varios puestos de comida étnica que llevan mucho tiempo, cada uno de ellos con acceso a fuertes descuentos en el espacio, aparcamiento exterior seguro y asequible, ayudas en servicios públicos, personal de mantenimiento en el lugar y descuentos en los refrigeradores. Hay también varios puestos con artistas que pueden producir sus obras dentro del edificio. Hot Bread Kitchen y su programa de Panaderos en Entrenamiento ocupa 1,600 pies cuadrados en el edificio también.



15

LOT 5: LA PLACITA

Parcela 5: La Placita

La Placita was opened to the public in 2014 and hosts events such as Vendy Plaza—an open-air market series that brings together local food vendors—as well as Zumba classes and live music on Salsa Saturdays. Programming is curated by La Marqueta Retoña and local development partner Acacia.

La Placita abrió al público en el 2014 y alberga eventos como La Marqueta Ambulante – una serie de espacios al aire libre donde se juntan vendedores locales – también como música en vivo en los Sábados de Salsa. La programación está comisariada por La Marqueta Retoña y nuestro socio de desarrollo local ACACIA.



16

LOT 6: URBAN GARDEN CENTER

Parcela 6: Urban Garden Center

Since opening in East Harlem in 1959 on 89th Street and Madison Avenue, the Urban Garden Center (UGC) has been a go-to spot for urban gardening pros, hobbyists, and beginners from across the boroughs, and a resource for everything from seeds and soil to plants and planters. Beyond that, it's a community hub serving educational programming and events along the way.

Desde su inauguración en East Harlem en 1959, en la intersección de la calle 89 con Madison Avenue, Urban Garden Center (UGC) ha sido destino obligatorio para profesionales de la jardinería, aficionados y principiantes de todos los barrios. Allí se puede encontrar de todo, desde semillas y tierra a plantas y macetas. Más allá de un centro de jardinería, UGC es un eje de la comunidad que también ofrece programas de formación y eventos.



17

VISION CONCEPT

Concepto de Visión

The improvements at La Marqueta will transform seven (7) adjacent lots under the Park Ave viaduct into a community-oriented public market, cultural neighborhood hub, workforce development anchor, and open space amenity. The concept design leverages the rich history of La Marqueta and embraces El Barrio's local entrepreneurial energy.

The concept design process identified optimal program placement depending on each lot's available vertical clearance, proximity to adjoining land uses, access to off-street loading, and adjacency to key retail corridors like 116th St.

While each lot has a unique proposed use, there are some quintessential urban design principles that will help unify the plan for La Marqueta. Key to its success will be the integration of a continuous, safe, and publicly accessible pathway through all seven lots.

Equally important will be the creation of visual transparency into each lot, ensuring that loading needs are met for all tenants, and matching the uses of each lot to the surrounding area. This will create logical relationships with transportation and other related commercial or community uses.

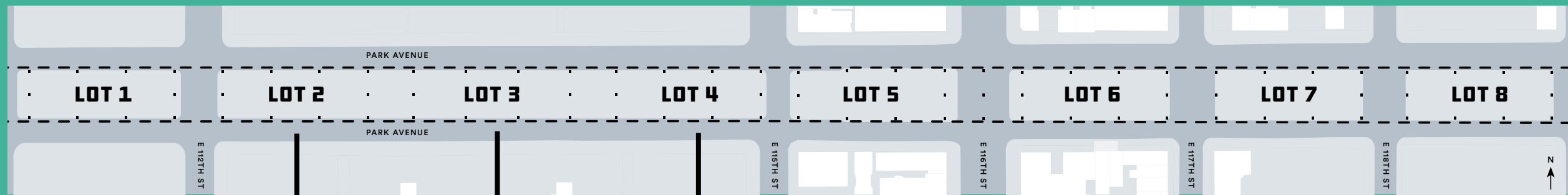
Las mejoras en La Marqueta transformarán siete (7) parcelas adyacentes bajo el viaducto de Park Ave en un mercado público orientado a la comunidad, un eje cultural para el vecindario, un pilar para la capacitación laboral y un lugar de esparcimiento al aire libre. El diseño conceptual aprovecha el atractivo historial de La Marqueta y la energía de los emprendedores locales.

ión óptima del programa en función del espacio vertical de cada parcela, la proximidad a los usos del suelo colindante, el acceso a la carga y descarga en el exterior y la proximidad a los principales corredores de venta minorista, como la calle 116.

Aunque la propuesta de uso de cada parcela es única, existen varios principios de diseño urbano por excelencia que contribuirán a unificar el plan de La Marqueta.

Para que tenga éxito será fundamental la integración de una vía continua, segura y de acceso público a través de las siete parcelas.

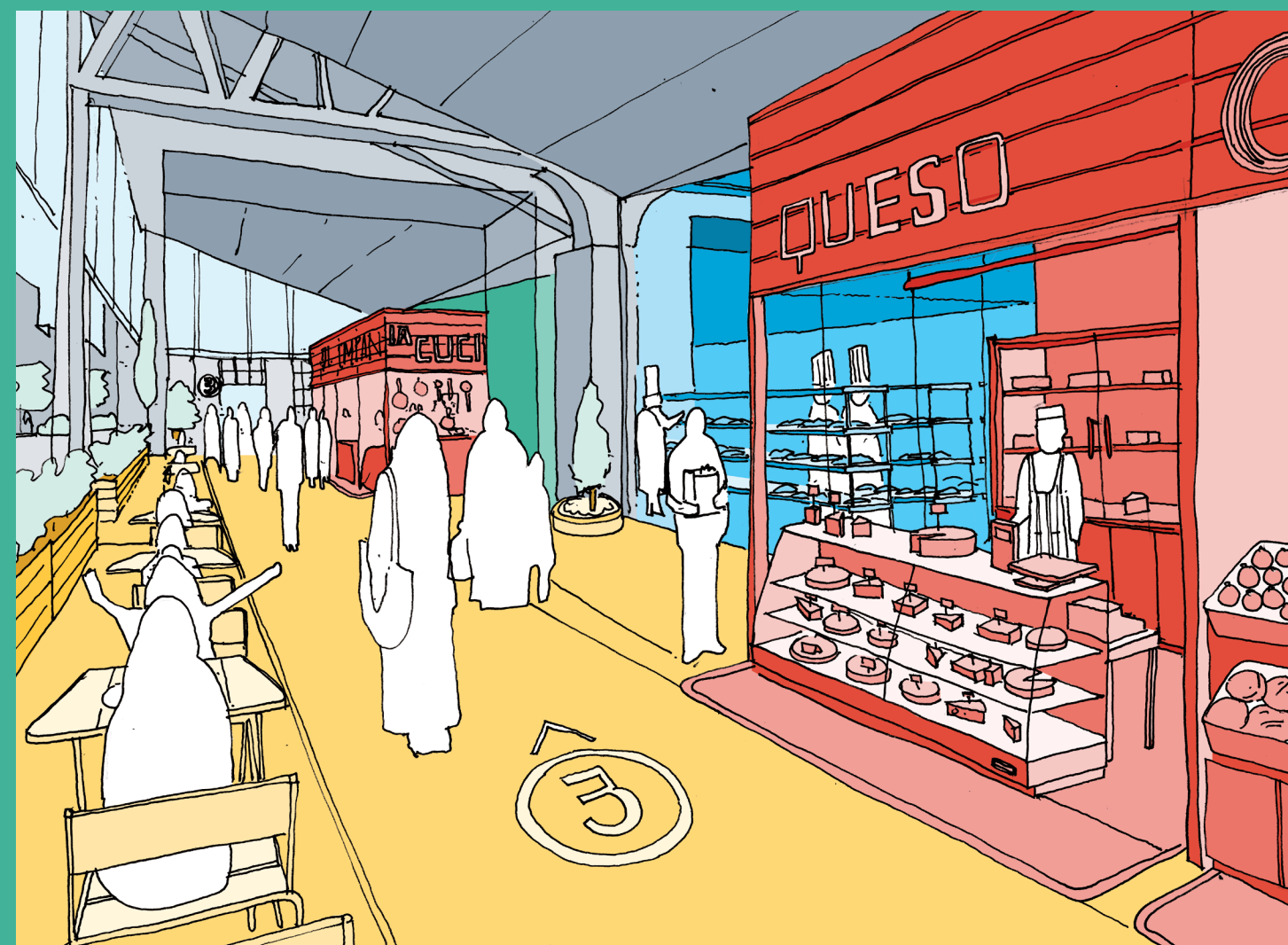
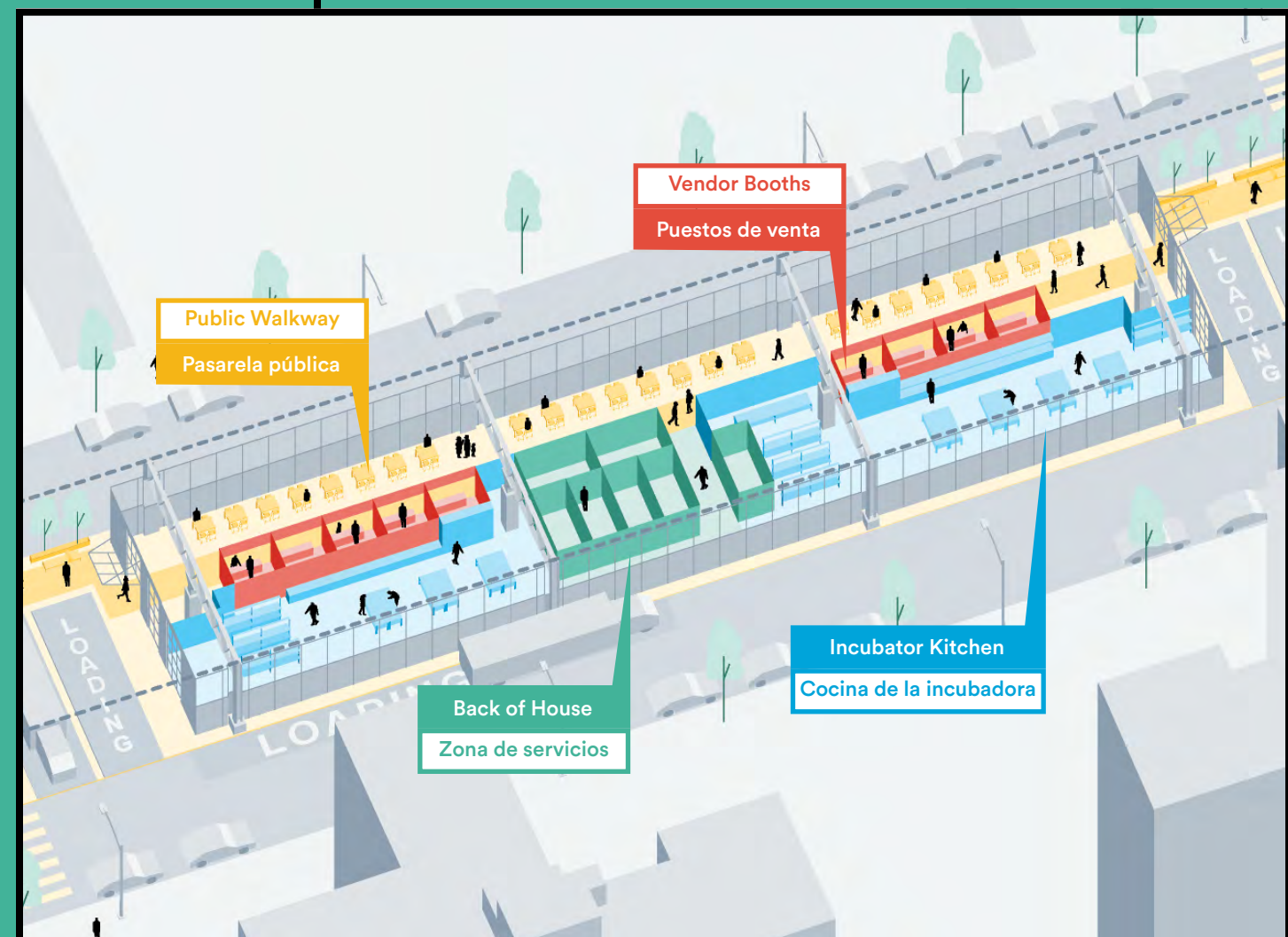
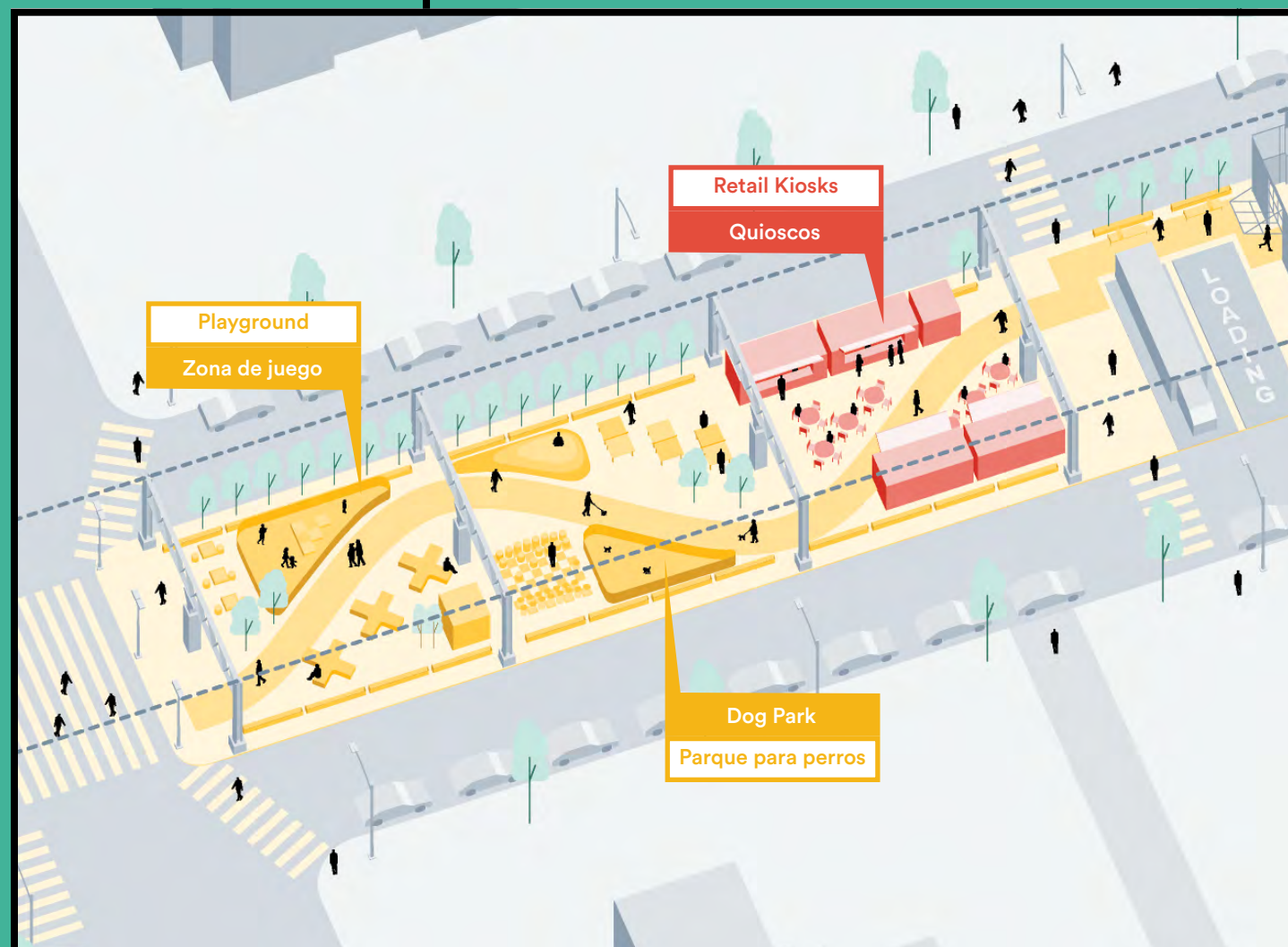
Igualmente relevante será la transparencia visual en cada parcela, garantizando la respuesta a las necesidades de carga/descarga de los arrendatarios y adaptando los usos de cada parcela al contexto circundante en términos de relaciones lógicas con el transporte y otros usos relacionados de carácter comercial y comunitario.



LEGEND

Legend

- Retail Space
Comerciantes
- Commercial Production Space
Producción comercial
- Back of House
Zonas de servicio
- Public Access
Acceso público



LOT 2: OUTDOOR RECREATIONAL SPACE

Parcela 2: Espacio Recreacional

Lot 2 will be reconfigured as a public outdoor space, designed to flexibly host various programs and activities. The space can accommodate features such as play equipment, picnic tables, planting beds, retail kiosks, and even a fenced-in area for a dog run. A winding pathway will provide continuity from the Urban Garden Center on Lot 1 to the Incubator / Incubator space on Lot 3.

La parcela 2 se rediseñará en forma de espacio público al aire libre para acoger de forma flexible diversos programas y actividades. Este espacio puede albergar equipos tales como juegos, mesas de picnic, lechos de cultivo, quioscos e incluso un área vallada para los perros. Un paseo serpenteante enlazará la parcela 1 (UGC) con la parcela 3 (incubadora / comerciantes).

LOT 3-4: RETAIL/INCUBATOR & HOT BREAD KITCHEN

Parcela 3-4: Incubadora / HBK

The buildings on Lots 3 and 4 will be retrofitted to accommodate a healthy mix of production kitchens and small vendor booths with adjoining seating areas. The kitchens will continue to incubate emerging businesses in El Barrio, while the retail stalls can be used as a point of sale for either the incubator tenants, or other tenants. A public walkway will run the length of both buildings to allow the community to access the retail spaces and see into the production kitchen spaces.

Los edificios de las parcelas 3 y 4 serán actualizados para acoger una diversidad de cocinas de producción, así como pequeños puestos de venta con áreas para sentarse alrededor. Las cocinas seguirán albergando empresas de nueva creación en El Barrio, mientras que los puestos pueden utilizarse como punto de venta, ya sea para los arrendatarios de la incubadora o para otros arrendatarios. La pasarela pública recorrerá la longitud de ambos edificios para que la comunidad pueda acceder a los espacios de comercio y vea los espacios de la cocina por dentro.

VISION CONCEPT

Concepto de Visión



LOT 1: URBAN GARDEN CENTER

Parcela 1: Urban Garden Center

As part of the conceptual plan, the Urban Garden Center would be relocated from Lot 6 to Lot 1. Lot 1 would offer more floor-to-ceiling clearance to stack items for display and sale, as well as allow more light into the space. The Center would largely be an outdoor space, with some partially-indoor areas for the nursery and a cafe with seating.

En el marco del plan conceptual, Urban Garden Center pasaría de la parcela 6 a la parcela 1, donde tendría más espacio vertical para almacenar artículos en exhibición y venta, así como más luz en el espacio. El centro de jardinería sería en gran medida un espacio al aire libre, con algunas zonas parcialmente cubiertas para el vivero y una cafetería con asientos.

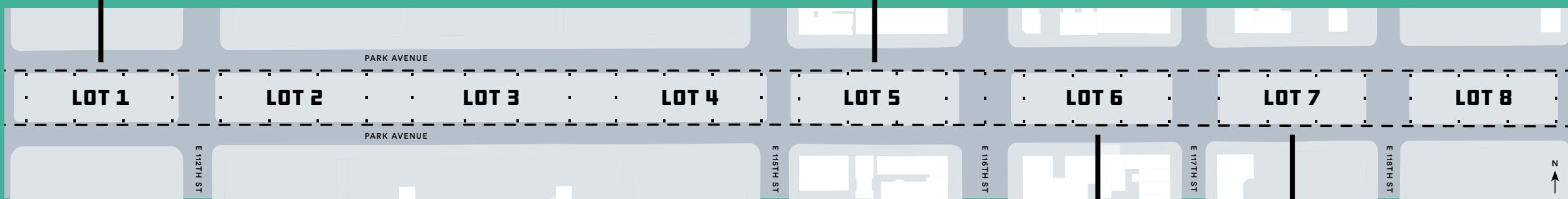


LOT 5: LA PLACITA

Parcela 5: La Placita

Renovations to La Placita started in June 2018, including exterior recladding, new stairways and railings, new restrooms, overhead radiant heaters, a new concession stand, retractable bleachers and stage, and improved lighting and entrances. The renovations will be completed in Winter 2018, allowing the community to more frequently occupy this neighborhood gathering place.

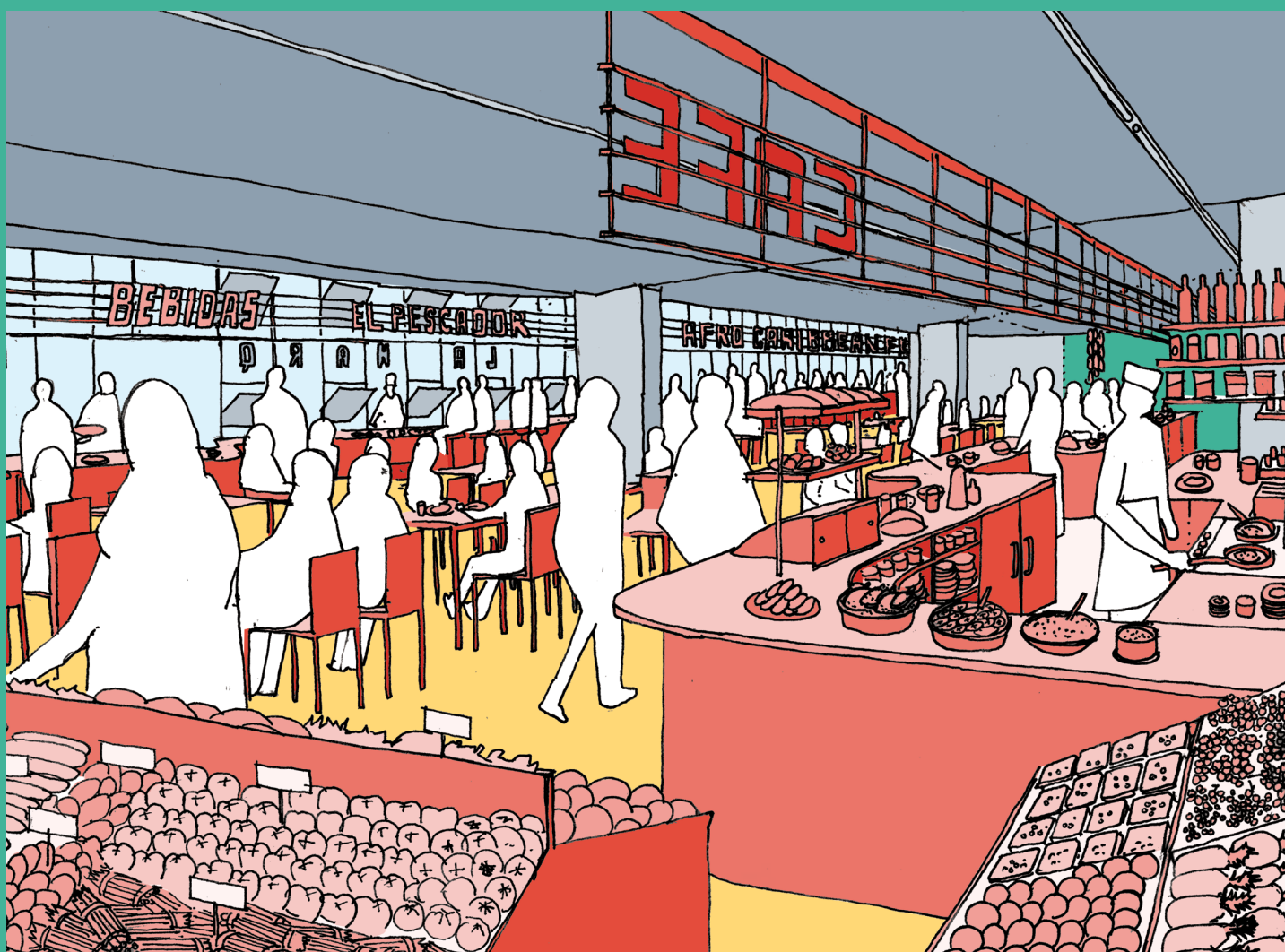
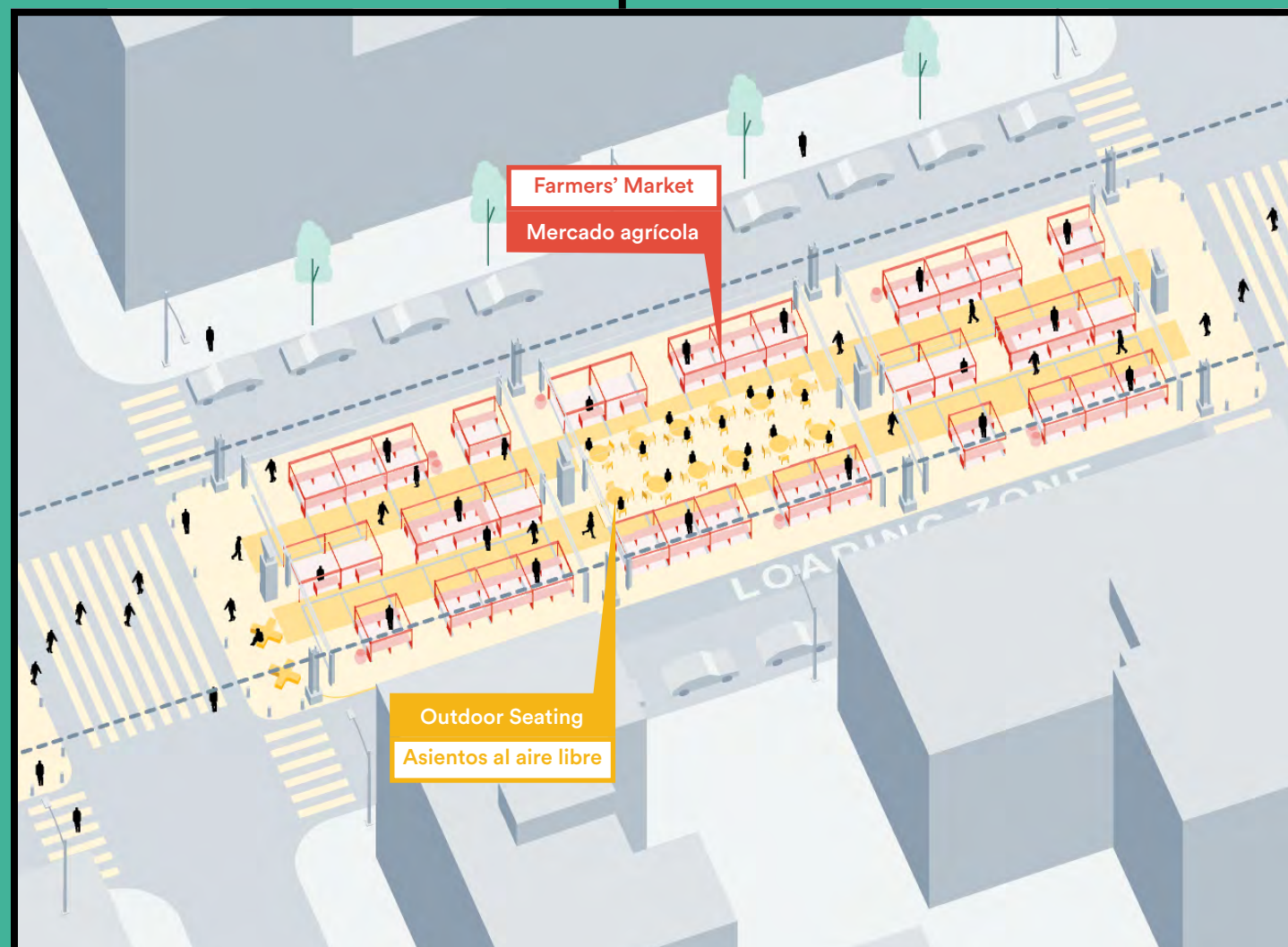
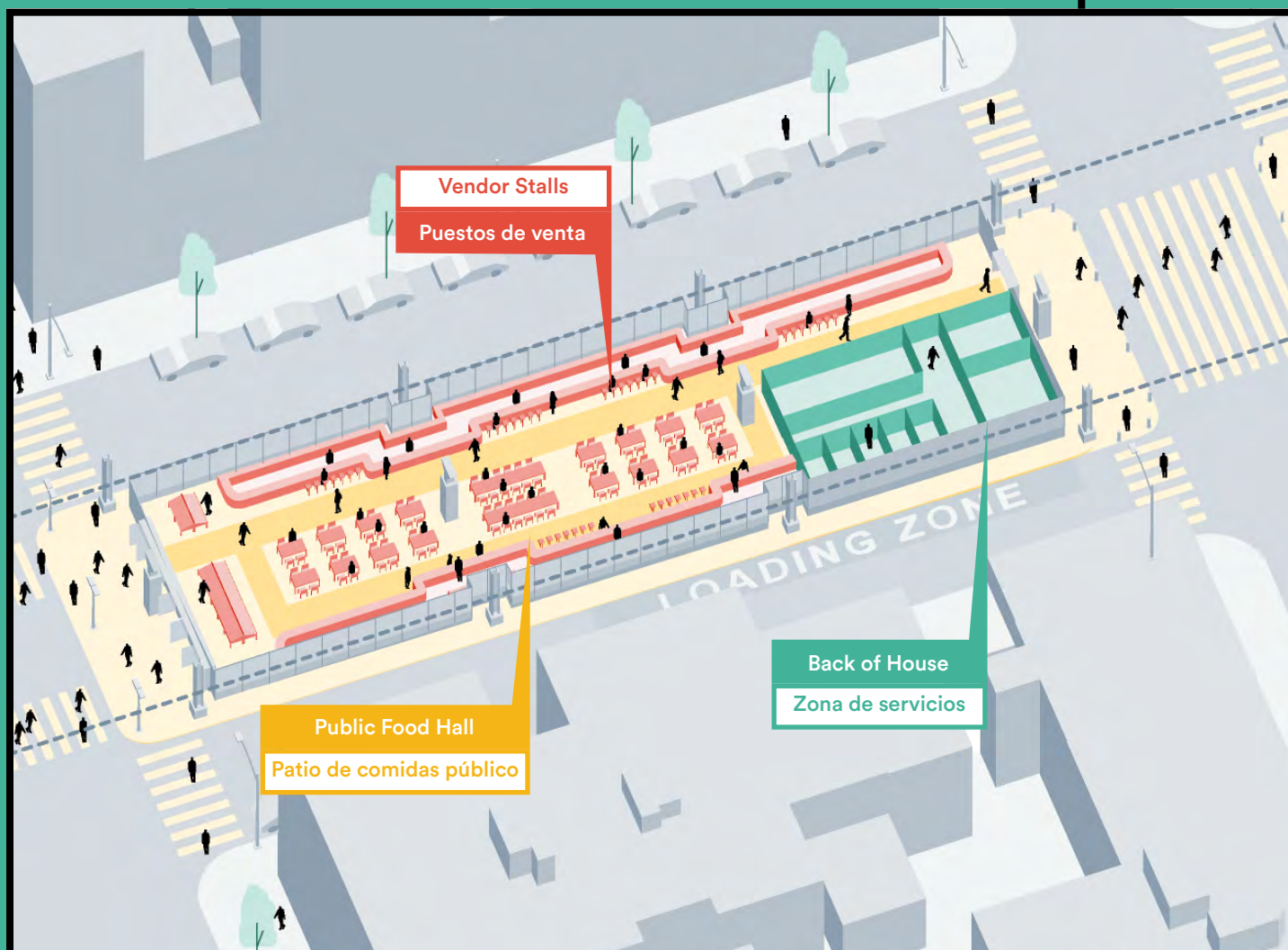
La Placita será renovada en breve: revestimiento exterior, nuevas escaleras y barandillas, nuevos baños, calefactores radiantes elevados, un nuevo puesto de concesión, gradas retráctiles y escenario, y mejoras en la iluminación y las entradas. Las obras finalizarán a principios de 2019, y permitirán que la comunidad ocupe este lugar de encuentro con más frecuencia.



LEGEND

Legend

- Retail Space
Comerciantes
- Commercial Production Space
Producción comercial
- Back of House
Zonas de servicio
- Public Access
Acceso público



LOT 6: PUBLIC MARKET

Parcela 6: Mercado Público

Lot 6, with its prime adjacency to the 116th St retail corridor, will be the location of a new public market. The market will offer fresh produce, grocery items, prepared foods, and public seating in a food hall environment. Local vendors and restaurateurs will be featured side by side along a continuous counter. These tenants will have shared access to food handling areas, coolers, and other back-of-house amenities.

La parcela 6, con su ubicación destacada a lo largo del corredor de la calle 116, acogerá un nuevo mercado público. Este mercado ofrecerá productos del campo frescos, comestibles, comida preparada y asientos públicos en un patio de comidas. Vendedores y hosteleros estarán unos junto a otros a lo largo de un mostrador continuo. Estos inquilinos tendrán acceso común a las zonas de manipulación de alimentos, refrigeradores y demás servicios de la zona de servicios.

LOT 7: FARMER'S MARKET

Parcela 7: Mercado de Agrícola

Lot 7 will be improved to allow the community to host public outdoor weekend farmers' markets. The site will be prepared with new lighting, electrical and gas hook-ups, and sanitary connections to make it more usable. On weekdays and evenings, the site can be used for parking for maintenance and operations crews, as well as various tenants.

La parcela 7 será mejorada para que la comunidad pueda organizar mercados agrícolas al aire libre los fines de semanas. El emplazamiento se preparará con nueva iluminación, conexiones de luz, gas y saneamiento para que sea más utilizable. Por las tardes y los fines de semana, este lugar se puede usar como aparcamiento para el personal de mantenimiento y operaciones y para algunos arrendatarios.

NEXT STEPS

Próximos Pasos

When?

The next step will be to move from the concept phase to the design phase, which is anticipated to commence in fall 2019. Construction start is anticipated in winter 2020.

How?

\$25 million has been committed to the long-term redevelopment of La Marqueta through the NYCEDC, City Council, and the City's Neighborhood Redevelopment Fund.

Who?

La Marqueta's organizational structure is essential to enabling these improvements to take place. Three groups will work together to make the renovations successful:

Friends of La Marqueta (FoLM) will be an independent, incorporated not-for-profit with fundraising capacity. The organization will be comprised of local community leaders and be inclusive and open to the public.

FoLM will engage with all stakeholders, including the NYCEDC, the Market Partner (defined below), the La Marqueta Vendor Association, elected officials, key community members and groups, Community Board 11 and market customers.

Market Partner: This independent local non-profit will be selected through a competitive RFP process conducted by the NYCEDC, and will participate in FoLM.

Vendor Association will be an independent non-profit organization established by the market vendors.

The Vendor Association will participate in FoLM. The roles and responsibilities of the Vendor Association would consist of on-site vendor engagement, on-site staff engagement, assistance with marketing and market events, and coordination of vendor participation in marketing and market events.

Credit:

NYC Economic Development Corporation
New York City Council Speaker's Office
WXY architecture + urban design
BJH Advisors
Philip Habib & Associates
VJ Associates
StudioMOM
East Harlem Community

Render (Cover/Cubierta):

Conceptual rendering showing the 116th Street & Park Avenue entrance to the new proposed public market / Representación conceptual de la entrada ubicada entre la calle 116 y Park Avenue al nuevo mercado público que se propone

¿Cuándo?

El próximo paso será pasar de la fase conceptual a la fase de diseño, que se prevé que será en el otoño de 2019. El inicio de la construcción se prevé que será en el invierno de 2020.

¿Cómo?

Se han destinado 25 millones de dólares a la remodelación de La Marqueta a través de la NYCEDC, el Ayuntamiento y el fondo municipal para la remodelación de los barrios (Neighborhood Redevelopment Fund- Fondo de Desarrollo de la Comunidad).

¿Quién?

La estructura organizacional de La Marqueta es fundamental para que se puedan llevar a cabo estas mejoras. Tres grupos trabajarán juntos para que las remodelaciones tengan éxito:successful:

Friends of La Marqueta (FoLM)) será una asociación sin ánimo de lucro independiente y con capacidad de recaudar fondos. Esta organización estará formada por líderes de la comunidad local, tendrá un carácter integrador y estará abierta al público.

FoLM contará con la participación de todos los actores, incluidos la NYCEDC, Market Partner (definida más abajo), La Marqueta Vendor Association, los representantes elegidos, principales miembros y grupos de la comunidad, Community Board 11 y clientes del mercado.

Market Partner esta organización local e independiente sin ánimo de lucro será elegida mediante proceso de licitación a cargo de la NYCEDC, y participará en FoLM.

Vendor Association será una organización independiente sin ánimo de lucro constituida por los vendedores, y participará también en FoLM.

Sus funciones y obligaciones serán las siguientes: participación de los vendedores del lugar, participación del personal del lugar, ayuda en los eventos de marketing y del mercado, coordinación de la participación de los vendedores en los eventos de marketing y del mercado.

Project and Image Credits/Créditos de imagen y proyecto: 1. Render by StudioMOM; 2. NYC Municipal Archives Collection; 3. NYC Municipal Archives Collection; 4. NYC Municipal Archives Collection; 5. NYC Municipal Archives Collection; 6. Christine Han Photography; 7. Aarris Atepa Architects; 8. Worldwide Underground; 9. Hot Bread Kitchen; 10. Krisanne Johnson; 11. Kate Milford Photography; 12. Christine Han Photography; 13. Vitaliy Piltser; 14. John McCarten Photography; 15. Kate Milford Photography; 16. Aarris Atepa Architects; 17. Susan Cohan; 18. Urban Garden Center; 19. Aarris Atepa Architects

