

SEGUNDA EDICIÓN



MANUAL CITYFOOD DE MERCADOS PARA CIUDADES SALUDABLES Y RESILIENTES

EN COLABORACIÓN CON



FINANCIADO POR



Este documento es un entregable del proyecto “Strengthening Local Fresh Food Markets for Healthier Food Environments within Planetary Boundaries.”

ACERCA DEL PROYECTO

Este proyecto está financiado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) y cuenta con el apoyo de la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Como parte del Programa Global de Transformación de los Sistemas Alimentarios de GIZ, el proyecto —coordinado por el Programa CityFood de ICLEI— busca aprovechar el potencial de los mercados de alimentos para promover dietas más saludables y diversas, a la vez que mejora los entornos alimentarios urbanos. Para más información, visite: cityfood-program.org

ACERCA DE ICLEI - GOBIERNOS LOCALES POR LA SUSTENTABILIDAD Y CITYFOOD

ICLEI es una red global de 2.500 gobiernos locales y regionales comprometidos con el desarrollo urbano sostenible. Desde 2013, su Programa CityFood (ICLEI CityFood) ha aprovechado el poder transformador de los alimentos para crear resiliencia. CityFood acelera la acción local y regional hacia sistemas alimentarios sostenibles, fomentando la colaboración entre las oficinas regionales de ICLEI y socios clave a nivel global y regional.

ACERCA DEL PROGRAMA GLOBAL DE TRANSFORMACIÓN DE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS

Impulsado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania, el programa fortalece iniciativas transformadoras locales, nacionales y globales que orientan los sistemas alimentarios hacia dietas más saludables dentro de los límites planetarios. Con un enfoque sistémico y basado en alianzas, se centra en la gobernanza, la construcción de visiones, el desarrollo de soluciones y una amplia movilización política y social para mejorar los sistemas alimentarios.

AUTORES PRINCIPALES

ICLEI CityFood

Balance Phala
Arielle Bindi
Angèle Tasse
Jiwon Lee
Selina Emmanuel
Peter Defranceschi

COAUTORES

Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)*

Ann Trevenen-Jones
Madeline Greenwood

World Farmers Markets Coalition (WFMC)

Richard McCarthy

REVISORES

Barbara Billocci
Selorm Akaba
Francis Mpiana
Mathews Tsirizeni
Amanda Maria Edmonds

EDITOR

Barbara Riedemann, *Secretariado Mundial de ICLEI*

DISEÑO GRÁFICO

Agustina De Lellis
Olga Tokareva, *Secretariado Mundial de ICLEI*

ILUSTRACIONES E IMÁGENES DE APOYO

Selección de fotografías, referencias y usos con permiso de GAIN
Unsplash.com
Shutterstock.com

COPYRIGHT

© 2025 ICLEI - Gobiernos Locales por la Sustentabilidad e.V. Todos los derechos reservados. El Secretariado Mundial de ICLEI posee los derechos de autor de esta publicación, incluidos el texto, los análisis, los logotipos y el diseño/maquetación. Las solicitudes para reproducir o citar material, total o parcialmente, deben enviarse a cityfood@iclei.org. ICLEI fomenta el uso y la difusión de este manual, y normalmente concederá permiso para reproducir este material sin modificaciones y sin costo para fines no comerciales.

REFERENCIA

La publicación debe citarse como: ICLEI - Gobiernos Locales por la Sustentabilidad (2025). Manual CityFood de Mercados para Ciudades Saludables y Resilientes (2.ª ed.). Bonn, Alemania.

COLABORADORES

GAIN*

Farrah Naz
Daiana Omar
Maureen Muketha
Edrieno Sutarjadi
Melvin Gassana
Tesfanesh Abebe

GIZ

Conrad Graf von Hoyos
Maren Lieberum
Clara Büscher

ICLEI

Telma Abreu y Alessia Manzato, *Programa CityFood de ICLEI*
Amy Murgatroyd y Meembo Changula, *Secretaría de ICLEI África*
Daniel Parada e Iván Arriaga, *Secretaría de ICLEI México, Centroamérica y el Caribe*
Ana Barbara Zanella, *Secretaría de ICLEI América del Sur*
Damini Rathore, *Secretaría de ICLEI Asia del Sur*
Renee Ann Lagata y Jameela Antoniette Mendoza, *Secretaría de ICLEI Sudeste Asiático*
Eunha Kim y Tim Lazaroff, *Secretariado Mundial de ICLEI*

**Las colaboraciones de GAIN fueron posibles gracias a [Nourishing Food Pathways programme](#), que cuenta con financiación en conjunto del: Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania; Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos; Unión Europea; Gobierno de Canadá a través de Global Affairs Canada; Colaboración irlandesa a través de la División de Cooperación para el Desarrollo y África; y la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación del Departamento Federal de Asuntos Exteriores. Los hallazgos, ideas y conclusiones presentados en este manual son datos de los autores y no reflejan necesariamente posiciones o políticas de ninguna de las partes de GAIN.*

PUBLICADO POR

ICLEI - Gobiernos Locales por la Sustentabilidad e.V.
Kaiser-Friedrich-Strasse 7 • 53113 Bonn, Alemania
• Tel.: +49-228 / 97 62 99-00 • E-mail: iclei.ws@iclei.org | www.iclei.org

230

Nhóm tay 60
nhân Bắc 35
1kg 35



TẾT SUM
XUÂN VA

MUA NGAY HÔM NAY



NGHIỆP

Índice

PRÓLOGOS	6
RESUMEN EJECUTIVO	10
GLOSARIO	12
ACERCA DE ESTE MANUAL	14
QUÉ SON LOS MERCADOS DE ALIMENTOS Y POR QUÉ SON IMPORTANTES	19
Aproximación a los mercados de alimentos: Modelos y cómo funcionan	21
Cómo estimular todo el potencial de los mercados alimentarios: Lecciones de ciudades de todo el mundo...	24
CÓMO EVALUAR LOS MERCADOS ALIMENTARIOS E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE TRANSFORMACIÓN	29
De la evaluación a la acción: Una guía paso a paso inspirada en Lusaka y Lilongüe	30
TRANSFORMANDO LOS MERCADOS ALIMENTARIOS: MARCO DE ACCIÓN CITYFOOD PARA MERCADOS	35
I. Política y gobernanza.....	38
II. Infraestructura del mercado	45
III. Financiación e incentivos	49
IV. Desarrollo de capacidades y sensibilización	53
ESTUDIOS DE CASO: CIUDADES QUE TRANSFORMAN SUS MERCADOS ALIMENTARIOS EN TODO EL MUNDO	59
Baltimore, Estados Unidos	60
Barcelona, España.....	63
Beira, Mozambique	66
Bogor, Indonesia	69
Brasov, Rumania	72
Cleveland, Estados Unidos	74
Curitiba, Brasil	77
Dar es Salaam, Tanzania	80

Daca Norte, Bangladesh	82
Fort Portal, Uganda.....	85
Hawassa, Etiopía	88
Lilongüe, Malawi	91
Lusaka, Zambia	93
Machakos, Kenia	96
Mbale, Uganda.....	98
Mérida, México.....	101
Osasco, Brasil	103
Pemba, Mozambique.....	106
Peshawar, Pakistán	109
Pittsburgh, Estados Unidos	111
Porto Alegre, Brasil	114
Quezon City, Filipinas.....	116
Rawalpindi, Pakistán	119
Recife, Brasil	122
Rourkela, India	124
Sandhikharka, Nepal	126
San Luis Potosí, México	129
Science City of Muñoz, Filipinas	132
Seúl, República de Corea	135
Turín, Italia	138
Zapopan, México	141

CONCLUSIONES	144
---------------------------	------------

REFERENCIAS	145
--------------------------	------------

Prólogos



ARIANE HILDEBRANDT

Directora General

Ministerio Federal de Cooperación Económica
y Desarrollo de Alemania (BMZ)

Los sistemas alimentarios y el desarrollo urbano han sido pilares bien establecidos de la Cooperación Alemana para el Desarrollo a lo largo de los años. No obstante, la integración de los sistemas alimentarios urbanos como enfoque específico sigue siendo menos explorada. Esto hace que esta publicación se vuelva más valiosa, pues no solo enriquece el debate en curso, sino que también aporta inspiración concreta para la implementación práctica.

Las ciudades son centros dinámicos, hogar de poblaciones en crecimiento con un poder adquisitivo cada vez mayor y hábitos alimentarios cambiantes. No obstante, estos cambios traen desafíos importantes. Los consumidores demandan alimentos más económicos, seguros y nutritivos; el cambio climático ejerce una elevada presión sobre las ciudades; la pérdida y el desperdicio de alimentos son problemas generalizados, así como la expansión urbana que, a menudo, supera el desarrollo de infraestructura.

Las administraciones municipales deben tomar las iniciativas, que reúnen a los actores necesarios para establecer enfoques directos para la gobernanza efectiva de los procesos de transformación.

Para este fin, el Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania apoya el “Programa Global de Transformación de los Sistemas Alimentarios”, implementado por GIZ, como parte de su iniciativa especial “Transformación de la agricultura y sistemas alimentarios”. A través de ICLEI y de iniciativas locales en Lusaka y Lilongüe, el programa brinda empoderamiento a los actores locales, en especial a las mujeres y administraciones municipales, con el claro objetivo de desarrollar soluciones prácticas que fortalecen mercados de alimentos frescos y contribuyen con la transformación de los sistemas alimentarios.

Extendemos nuestro sincero agradecimiento a ICLEI y todo su equipo por este extraordinario trabajo llevado a cabo con GAIN y World Farmers Market Coalition. Estamos seguros de que esta publicación llegará a una amplia audiencia e inspirará un impacto significativo en contextos urbanos y rurales. Al fortalecer los mercados alimentarios locales, podemos contribuir con un sistema alimentario más resiliente y sostenible que beneficie a todas las comunidades, promoviendo entornos más saludables para las generaciones futuras.



GINO VAN BEGIN

Secretario General de ICLEI

Gobiernos Locales por la Sustentabilidad

El acceso a una nutrición adecuada es un derecho humano. Sin embargo, la inseguridad alimentaria sigue siendo un desafío constante y el acceso a alimentos saludables y económicos también es una lucha diaria para miles de personas. Una de cada cuatro personas enfrenta la inseguridad alimentaria y más de tres cuartas partes de ellas viven en zonas urbanas y periurbanas. Ellas necesitan con urgencia de acciones audaces y transformadoras por parte de los gobiernos locales y regionales.

ICLEI - Gobiernos Locales por la Sustentabilidad considera a los gobiernos locales y regionales como protagonistas del cambio, con el poder de dar forma a sistemas alimentarios sostenibles y equitativos. A través de nuestro Programa CityFood, lanzado hace más de una década, estamos orgullosos de liderar el camino en el impulso de la transformación de los sistemas alimentarios. Este programa se ha consolidado como un centro para promover la salud de las personas, del clima y de los paisajes, reuniendo a especialistas en alimentación urbana y a líderes municipales comprometidos de todo el mundo para cocrear soluciones aplicables en áreas clave como los entornos alimentarios

urbanos, la compra pública de alimentos, la educación alimentaria y la reducción de pérdidas y desperdicio de alimentos.

Entre los diversos temas que hemos abordado, uno que me parece verdaderamente fascinante es la influencia de los entornos alimentarios urbanos en la dieta, nutrición y salud. Los gobiernos locales tienen un papel único y fundamental que desempeñar, sobre todo en la transformación de los mercados de alimentos. Al reconocer la importancia del mercado de alimentos para prevenir la inseguridad alimentaria, proveer alimentos nutritivos y garantizar ingresos sostenidos a los agricultores, hemos unido fuerzas con otras redes y organizaciones que abrazan la causa. Este manual da testimonio de ese reconocimiento y ofrece inspiración, herramientas prácticas y relatos de todo el mundo para guiar a las ciudades en el aprovechamiento pleno del potencial de los mercados de alimentos.

Prólogos



LAWRENCE HADDAD

Director Ejecutivo

Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)

Los mercados de alimentos en todo el mundo son lugares cotidianos, vitales y cargados de cultura, que conectan a las personas con el sistema alimentario dentro de las ciudades, en los paisajes urbano-rurales y a través de territorios y fronteras. Están llenos de personas que abastecen, manipulan, almacenan, financian, venden, eligen, compran, reutilizan, procesan y desperdician alimentos. Operando a distintas escalas y con diferentes formas de propiedad, mandatos y modelos de gestión y financieros, estos mercados involucran a los sectores público, privado y/o sin fines de lucro, así como a las comunidades. Desde la venta al por mayor hasta la venta al por menor, pasando por distintos sectores, estos mercados venden una amplia variedad de alimentos saludables y no saludables. Los ejemplos van desde mercados permanentes a temporales y móviles, callejeros, orgánicos, de agricultores y públicos municipales.

Los gobiernos locales, incluso los gobiernos de las ciudades, están bien posicionados y tienen el mandato de liderar, codiseñar, coordinar, implementar y sostener entornos alimentarios saludables. Este mandato se extiende de forma

crucial a los mercados, que son en sí mismos microentornos alimentarios. Los desafíos del acceso a alimentos saludables y económicos, buena higiene, seguridad alimentaria y reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos afectan más intensamente a las comunidades. Los gobiernos locales pueden reunir a las partes interesadas para cambiar la narrativa de los mercados como sencillos centros de costos y prestación de servicios incluso con lugares de alimentos comunitarios dignos de inversiones financieras, infraestructura innovadora para aprovechar muchas otras oportunidades de transformación justa a los sistemas alimentarios y promover la nutrición para todos. Este manual me inspira porque reúne ejemplos de pueblos y ciudades de todo el mundo donde los gobiernos locales trabajan activamente con actores clave para convertir los mercados de alimentos en agentes de transformación equitativa y sostenible.

Los mercados de alimentos locales son los capilares del cambio. Si no funcionan para mejorar los resultados nutricionales, seguirán fuera del alcance.



RICHARD McCARTHY

Presidente

World Farmers Markets Coalition (WFMC)

En el camino hacia el siglo XXI ocurrió algo curioso. La humanidad redescubrió inesperadamente un mecanismo antiguo: el mercado público. Si su mercado es tradicional, municipal, mayorista o un recién creado mercado de agricultores, todos tienen en común un ingrediente fundamental: la fila de cajas múltiples. Esta técnica facilita las transacciones múltiples, la elección y, por tanto, también la confianza.

Esta reunión intencionada de comerciantes que compiten en un espacio público es la salsa especial. Debemos comprender mejor qué tienen en común estas instituciones y en qué medida cada enfoque aporta costos y beneficios propios que se pueden aprovechar. Inviertan, por favor, en mejoras del espacio físico. Vendedores y compradores merecen encontrarse en entornos limpios y seguros. Se agradecen inversiones en plomería, electricidad, higiene, iluminación y similares. Muchos mercados funcionan perfectamente sin ninguna permanencia física. ¡Quizá ha llegado el momento de disfrutar del banquete ambulante! A menos que también se realicen inversiones en infraestructura blanda —liderazgo de gestión y de gobernanza—, se perderán oportunidades

importantes. ¿De qué manera? Consideren esta ilustración. Me manejo bien en muchos mercados de ladrillo y mortero, pero siempre me cuesta encontrar la oficina del mercado. Por lo general, está escondida donde nadie puede hallarla. ¿El personal se esconde del público? En contraste, la nueva generación de mercados de agricultores se dedica a recibir al público bajo carpas de bienvenida, para orientar y educar a los consumidores. Es este ethos y estilo de liderazgo en lo que debemos invertir.

Que el mercado sea el primer lugar donde se construyen relaciones y se vende comida, de la tierra a la mano.

Resumen ejecutivo

Las zonas urbanas enfrentan desafíos crecientes para garantizar la seguridad alimentaria y nutricional debido a la rápida urbanización, cambios climáticos y crecientes desigualdades socioeconómicas. Los mercados de alimentos, que brindan accesos a alimentos económicos, nutritivos y culturalmente apropiados, están en una posición única para abordar estas cuestiones interconectadas. Independientemente de su función como centros alimentarios convenientes que garantizan la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos, los mercados son puntos de entrada de la inclusión, apoyo a los sistemas alimentarios urbanos equitativos, medios de vida resilientes y contribuir a la seguridad alimentaria urbana.

Esta segunda edición del manual se basa en la primera al ampliar y mejorar su contenido, e **incluye 15 estudios de caso adicionales** de ciudades de África, Asia, Europa y América del Norte y del Sur. Estos se suman a los 16 presentados en la primera edición, para un total de 31, ampliando su alcance geográfico. Esta

edición ofrece perspectivas renovadas sobre los desafíos e innovaciones que surgen en contextos de rápida urbanización.

Este manual destaca la importancia de los mercados de alimentos como sitios alimentarios críticos y sirve como guía práctica para apoyar a los gobiernos locales a través de políticas y estrategias inspiradoras y viables para transformar sus respectivos mercados. El manual comienza definiendo los mercados de alimentos, explorando su diversa escala, operaciones, enfoques, ofreciendo ejemplos concretos de ciudades de todo el mundo sobre cómo interactúan con los mercados. Esto incluye acuerdos de gestión, infraestructura, normas de higiene y servicios que definen diferentes entornos de mercados de alimentos y ofrecen información sobre cómo estos factores influyen en la seguridad alimentaria, así como en los medios de vida de los actores del mercado.

Para apoyar la formulación de políticas y una planificación eficaces, este manual proporciona herramientas y estrategias para evaluar los entornos de mercado, basándose en las lecciones aprendidas en Lusaka (Zambia) y Lilongüe (Malawi), donde se realizaron dichos estudios. Estas evaluaciones permiten a las ciudades evaluar con criterios el estado de sus espacios de mercado y desarrollar estrategias personalizadas para mejorarlos.

En el centro del manual se encuentra el **Marco de Acción CityFood para Mercados**, que ofrece un enfoque estructurado para transformar los mercados de alimentos en las ciudades. Ahora informado por **31 estudios de caso globales** el Marco destaca estrategias viables y soluciones innovadoras que han abordado con éxito los desafíos locales que enfrentan los mercados de alimentos y enfatiza las oportunidades para apoyarlos.



© Graphic Node, Unsplash.com



El Marco se centra en **cuatro pilares clave:**

Política y gobernanza: Sugiere estrategias para integrar los mercados de alimentos en los marcos de planificación y políticas urbanas, fomentando la colaboración entre departamentos, jerarquías gubernamentales, explorando asociaciones con actores clave del mercado y organizaciones comunitarias.

Infraestructura del mercado: Propone soluciones para mejorar e invertir en infraestructura física y digital, y en infraestructura blanda vinculada al empoderamiento a través de la inversión en capacitación, habilidades y plataformas de gobernanza inclusiva. Esto permite que las voces se escuchen y formen parte de soluciones, como la gestión de la infraestructura, para abordar cuestiones como los medios de vida resilientes, las pérdidas posteriores a la cosecha, la higiene y seguridad alimentaria.

Financiación e incentivos:

Identifica oportunidades para recaudar o proporcionar recursos financieros para sostener los mercados de alimentos, ayudar a los productores y comerciantes con la promoción de productos locales, sostenibles, económicos y, al tiempo que alienta a los consumidores a apoyar dichos esfuerzos.

Desarrollo de capacidades y

sensibilización: Destaca las iniciativas de participación comunitaria, como talleres y campañas de concientización, como herramientas esenciales para fomentar el cambio de comportamiento hacia una alimentación más saludable con consumos sostenibles.

Los cuatro pilares están respaldados por recomendaciones prácticas dentro del manual que incluyen políticas que garantizan el acceso equitativo a los alimentos, la adopción de herramientas digitales para mejorar la eficiencia del mercado e iniciativas educativas para crear conciencia sobre los beneficios del consumo de alimentos saludables y sostenibles. El manual presenta conclusiones a través de estudios de casos de todo el mundo, que ofrecen lecciones valiosas sobre cómo las ciudades pueden liberar el potencial de sus mercados de alimentos. Estos ejemplos demuestran transformaciones exitosas, o sea, modelos de gobernanza inclusivos, inversiones en infraestructura, promoción de sistemas alimentarios sostenibles, mejoras en la higiene y la accesibilidad del mercado.

Al reimaginar los mercados de alimentos como espacios urbanos dinámicos que fomentan innovación e inclusión, el manual proporciona una hoja de ruta clara para la acción, respaldada por estrategias basadas en evidencia e historias de éxito inspiradoras. Hace un llamamiento a los responsables de las políticas, a los urbanistas, a los actores del mercado y a las organizaciones internacionales para que colaboren para priorizar los mercados de alimentos dentro de agendas de desarrollo urbano más amplias. Alinear esfuerzos entre sectores y niveles gubernamentales presenta una oportunidad para transformar los mercados de alimentos en poderosos agentes de cambio, abordando problemas urgentes como la inseguridad alimentaria, la malnutrición, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático.

Glosario

ECONOMÍA CIRCULAR | Un modelo económico que preserva el valor de los recursos reintegrándolos al ciclo de producción. En los mercados de alimentos, es importante evaluar la reducción de los residuos, reutilizar los subproductos, promover prácticas sostenibles como envases ecológicos y cadenas de suministro locales.

DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS | El proceso de transporte y entrega de productos alimenticios desde los productores o proveedores a los intermediarios, minoristas o directamente a los consumidores.

ENTORNO ALIMENTARIO | El grupo de alto nivel de expertos sobre seguridad alimentaria y nutrición (HLPE) define el entorno alimentario como “el contexto físico, económico, político y sociocultural en el que los consumidores interactúan con el sistema alimentario para tomar sus decisiones sobre la adquisición, preparación y consumo de alimentos” [1].

MERCADO DE ALIMENTOS FRESCOS | Un subconjunto de mercados de alimentos que se especializa en la venta de alimentos perecederos y mínimamente procesados, como frutas, verduras, carnes, mariscos, productos lácteos y productos horneados.

HIGIENE ALIMENTARIA | Todas las prácticas y disposiciones a lo largo de la cadena de suministro de alimentos que facilitan la seguridad alimentaria, garantizando que no haya daños a la salud de una persona durante el consumo.

MERCADO DE ALIMENTOS | Lugar o sistema donde se comercializan productos alimenticios. Los mercados de alimentos pueden variar mucho dependiendo de una serie de factores, incluyendo su infraestructura, tamaño y

ubicación, frecuencia con la que operan, quiénes son sus propietarios y cómo se gobiernan, así como los tipos de productos que venden. Para más detalles, consulte el Capítulo 5.

SEGURIDAD ALIMENTARIA | Según la FAO, la seguridad alimentaria existe “cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico, social y económico a cantidades de alimentos inocuos y nutritivos que satisfagan sus necesidades alimenticias y sus preferencias alimentarias para una vida activa y sana” [2].

CADENA DE SUMINISTRO DE ALIMENTOS | La red de actividades involucradas en la producción, procesamiento, distribución y entrega de alimentos desde las granjas hasta los consumidores. Cuando se hace referencia a la cadena de valor alimentaria, la atención se centra en agregar valor en cada etapa, como mejorar la calidad, la sostenibilidad y el atractivo del mercado.

SISTEMAS ALIMENTARIOS | La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) define los sistemas alimentarios como: “Sistemas alimentarios abarcan toda la gama de actores y sus actividades interrelacionadas de valor añadido involucradas en la producción, agregación, procesamiento, distribución, consumo y eliminación de productos alimenticios que se originan en la agricultura, la silvicultura o la pesca, y partes de los entornos económicos, sociales y naturales más amplios en los que están insertos” [3].

DESPERDICIO DE ALIMENTOS | Una reducción en la cantidad o calidad de los alimentos generada por acciones o decisiones de minoristas, servicios de comida o consumidores. Las partes no comestibles de los alimentos, como cáscaras o huesos, quedan excluidas de esta definición [4].

GÉNERO | Construcción social y cultural que varía según las sociedades y evoluciona con el tiempo. Define los roles, responsabilidades y oportunidades a las que las personas pueden acceder y determina cómo se distribuyen el poder, y los privilegios [5]. El género también está entrelazado con otras identidades sociales (como estatus socioeconómico, edad, antecedentes y roles dentro de los sistemas alimentarios) que afectan de manera colectiva la forma en que las personas experimentan los entornos alimentarios [6].

COMITÉ DE MERCADO | Una entidad responsable de gestionar y regular las operaciones del mercado, incluida la coordinación de proveedores, el mantenimiento de la infraestructura y la aplicación de normas. De forma general se incluyen administradores de mercado y comerciantes electos, así como otras partes interesadas, como funcionarios del gobierno local, miembros de la comunidad, expertos en seguridad alimentaria y representantes de los agricultores, lo que garantiza perspectivas diversas y una supervisión eficaz.

ADMINISTRADORES DE MERCADO | Personas o entidades, por lo general empleadas por el gobierno municipal, responsables de supervisar las operaciones y la administración de un mercado.

JEFES DE MERCADO | Desempeñan funciones similares a las de los administradores de mercados (definidos arriba), pero en mercados de menor escala.

VENDEDORES | Personas o entidades que vendan bienes en mercados de alimentos. El término abarca a toda persona que participe de forma activa en ventas, incluidas las ventas directas de los agricultores y las reventas

de intermediarios. Este término es el más comúnmente reconocido en diferentes regiones (por ejemplo, en comparación con "comerciante").

GRUPOS VULNERABLES | Poblaciones con mayor riesgo de inseguridad alimentaria, incluidos los hogares de bajos ingresos y las comunidades en desiertos alimentarios, con acceso limitado a alimentos asequibles y nutritivos.



©Anna Kaminova, Unsplash.com

Acerca de este manual

Este manual es una guía práctica para los gobiernos locales interesados en aprovechar el potencial de los mercados de alimentos para mejorar la seguridad alimentaria urbana, la nutrición y los medios de vida resilientes. Empresas, investigadores, representantes de organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil, miembros de la comunidad también encontrarán información y lecciones valiosas en estas páginas. Ofrece información estructurada y estudios de casos reales de ciudades con información fehaciente, centrada en mercados con gestiones públicas que operan de forma regular, ya sea diaria, semanal o incluso mensual.

Los mercados son sitios alimentarios críticos que reúnen a múltiples actores del sistema alimentario, desde agricultores hasta administradores de mercados, comerciantes y consumidores. Los mercados de alimentos suelen ser lugares convenientes, donde los alimentos que se venden a veces son específicos de grupos como frutas, verduras y cereales, y otras veces son específicos de tipos de producción que incluyen alimentos orgánicos, agroecológicos o producidos en el local.

Estos mercados, que operan en diferentes escalas y en espacios de venta designados formal e informalmente, también varían con respecto a los acuerdos de gestión, higiene, infraestructura y

prestación de servicios básicos. De esa forma, son puntos de entrada clave para localizar, acelerar el desarrollo sostenible, abordar la inclusión y la equidad. Cuando se les brinda el apoyo adecuado, los mercados de alimentos pueden tener un impacto positivo en la disponibilidad, accesibilidad y equidad de una variedad de alimentos seguros, frescos y nutritivos.

En este manual se presenta una selección de estrategias locales que buscan fortalecer el valor de los mercados de alimentos. Esta selección alienta a las partes interesadas y a los lectores a evaluar de forma crítica los entornos de los mercados alimentarios, repensar los sistemas alimentarios locales y las estrategias de resiliencia climática, mejorar la promoción, la inversión efectiva en la gobernanza, gestión inclusiva con liderazgos locales de los mercados, diseñar y financiar modelos innovadores de infraestructura y prestación de servicios.

Esta segunda edición se basa en la primera y agrega 15 nuevos estudios de casos para mejorar el **Marco de Acción CityFood para Mercados**, sostenido por cuatro pilares. En total, los 31 estudios de caso presentados en este manual fueron desarrollados por ICLEI - Gobiernos Locales por la Sustentabilidad y Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). Los casos se basan en los esfuerzos programáticos de ICLEI y GAIN y sus consultas directas con los gobiernos

locales y los actores del mercado. En esta primera edición, la selección de ciudades adecuadas se centró en garantizar una representación geográfica amplia, presentar una variedad de iniciativas relacionadas con el mercado de alimentos lideradas por los gobiernos locales y sus socios, e involucrar a las ciudades interesadas en compartir sus estrategias. El objetivo era identificar prácticas ejemplares en diversos subtemas, ofreciendo conocimientos que puedan compartirse, escalarse o adaptarse a diferentes contextos.

Este manual es uno de los resultados del proyecto “Strengthening Local Fresh Food Markets for Healthier Food Environments within Planetary Boundaries”, financiado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) con el apoyo de Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Como parte del Programa Global de Transformación de los Sistemas Alimentarios [7] de GIZ, el proyecto tiene como objetivo empoderar a los consumidores para que adopten dietas saludables y diversas, mejorando así la resiliencia de los entornos alimentarios urbanos, utilizando los mercados como centros para un cambio positivo. La puesta en marcha del proyecto se centra en dos ciudades africanas, Lusaka (Zambia) y Lilongüe (Malawi), cuyos estudios de caso, experiencias y lecciones aprendidas también se incluyen en este manual.





Qué son los mercados de alimentos y por qué son importantes

Una cantidad mayor de personas está migrando y viviendo en áreas urbanas en todo el mundo. Esta transición de la población rural a la urbana a menudo se ha asociado con la pobreza urbana y el deterioro de las condiciones socioeconómicas, lo que provoca cambios en los estilos de vida y dietas, así como desigualdades dentro de las ciudades [8]. Estas tendencias también han tenido un impacto significativo en cómo se producen, manipulan, comercializan, gestionan y consumen los alimentos en todo el mundo [9]. En el pasado, mantener a las personas alimentadas era una obligación importante del estado, el cual permitía a los gobiernos mantener el control sobre espacios, personas y economías [10].



Con el tiempo, ciudades y áreas urbanas se han convertido en centros clave de la civilización humana con complejidades únicas relacionadas con el sistema alimentario, desde la densidad poblacional hasta la expansión urbana con el aumento de distancias de los sitios en donde se producen los alimentos.

El derecho a una alimentación adecuada es un derecho humano básico y está en el centro del Objetivo de Desarrollo Sostenible 2 “Hambre Cero”, pero muchos residentes urbanos siguen enfrentando barreras a este respecto [9]. Si bien las dietas urbanas suelen ser más diversas que las rurales, tienden a ser de menor calidad debido a las desigualdades espaciales en el acceso a los mercados de alimentos locales. Si bien los mercados de alimentos suelen ser accesibles en cierta medida, la expansión urbana, la elitización y el desplazamiento de los residentes más pobres a zonas más económicas a menudo aumentan la distancia y reducen la comodidad de llegar a los mercados establecidos. Esto limita la disponibilidad, economía y accesibilidad de alimentos nutritivos como frutas y verduras, lo que contribuye a la pérdida de las culturas alimentarias tradicionales.

Los desafíos para preparar y almacenar comidas nutritivas en el hogar y el aumento del consumo de alimentos convenientes, pero a menudo menos saludables, como los ultraprocesados altos en sal, grasas y/o azúcares [8], también han contribuido al incremento de la carga de malnutrición en las áreas urbanas. Los hogares de bajos ingresos, que constituyen la mayoría de la población urbana, grupos como mujeres, niños y ancianos son particularmente vulnerables a la inseguridad alimentaria, sobre todo a los problemas de accesibilidad y equidad. Cabe destacar que aproximadamente tres cuartas partes de la población mundial en situación de inseguridad alimentaria reside actualmente en regiones urbanas y periurbanas [11].

Las ciudades, por sus mandatos, su ubicación y su interacción rutinaria con las comunidades, están mejor posicionadas para aprovechar las oportunidades de seguridad alimentaria, nutrición y sostenibilidad inherentes a los mercados de alimentos.



Mercado de Alto Gingone en Pemba, Mozambique. ©GAIN

Algunos mercados de alimentos se crearon para mejorar la higiene pública modernizando la estructura física de los puntos de venta, mientras que otros se establecieron para que las autoridades competentes obtuvieran un mayor control sobre el comercio mediante la recaudación de tasas, impuestos y el control de precios. Más allá de esto, los mercados de alimentos sirven como espacios socioculturales y sitios clave para la generación de medios de vida, participación, comunicación y educación del público sobre opciones alimentarias saludables. En algunas regiones, los mercados de alimentos son fundamentales para la seguridad alimentaria y la subsistencia, mientras que en otras atienden demandas más especializadas y ofrecen productos de nicho. Además, los mercados de alimentos son importantes para la resiliencia de los sistemas alimentarios locales.

Al reducir la brecha entre las zonas rurales y urbanas y, de forma más amplia, entre territorios y fronteras, los mercados de alimentos respaldan la disponibilidad de alimentos, bebidas, productos no alimentarios diversos, saludables que contribuyen a estabilizar los precios, acortar las cadenas de suministro de alimentos, mejorar la seguridad alimentaria y fomentar las oportunidades económicas. A diferencia de las cadenas de valor corporativas, en las que no todos los agricultores pueden participar en razón de los requisitos de cantidad de producción, los mercados de alimentos locales también brindan a los agricultores y comerciantes un mayor control sobre los precios [12].



Aproximación a los mercados de alimentos: Modelos y cómo funcionan

Los mercados donde se venden alimentos se conocen con diversos nombres y denominaciones, entre ellos, mercados públicos o municipales, mercados callejeros, mercados territoriales, mercados locales, mercados tradicionales, mercados orgánicos, mercados de agricultores y mercados húmedos o incluso ferias de alimentos. Se encuentran muchos más nombres para este tipo de mercados en idiomas distintos del inglés, desde *zocos* a *bazares*, *Sabzi Mandis* y *mercati*, por nombrar algunos.

Los mercados de alimentos pueden variar desde grandes mercados municipales fijos con varios cientos de comerciantes hasta instalaciones temporales pequeñas, como puestos al borde de la carretera, mercados al aire libre, quioscos o puestos callejeros. Pueden variar mucho según el contexto, adoptar formas diversas y cumplir distintos propósitos. Se reconoce que es necesario una mejor estrategia de conexión con las interpretaciones de múltiples disciplinas, actividades programáticas

y evidencias acerca de estos mercados [13]. Esto incluye definiciones de mercados, quioscos y supermercados con gestión privada y versiones públicas e informales de mercados desde donde operan micro, pequeñas y medianas empresas relacionadas con el mercado [14].



Vendedor de jengibre y ajo en Pakistán. ©GAIN

DEFINICIÓN DE UN MERCADO DE ALIMENTOS

Definir una tipología para los mercados de alimentos es un desafío que puede no reflejar su diversidad y complejidad. **En este manual se utilizan los siguientes indicadores para ayudar a ofrecer una descripción general de los mercados de alimentos, basándose en diversas perspectivas que se pueden utilizar para observarlos:**



TAMAÑO

Los mercados pueden ser grandes o pequeños dependiendo de varios factores, desde el cálculo del número de comerciantes o consumidores hasta la medición de su espacio físico.



FRECUENCIA

Los mercados pueden operar diaria, semanal, varias veces por semana o estacionalmente.



UBICACIÓN

La ubicación es importante no solo porque refleja las características de quienes atienden el mercado y la distancia que recorren los participantes para asistir, sino también porque configura los roles sociales y económicos más amplios que desempeñan los mercados locales. Si bien los mercados de barrio pueden estar dirigidos a los consumidores de un distrito urbano en particular, los mercados municipales suelen atraer a consumidores y comerciantes de toda la región, actuando así como buques insignia económicos. Al mismo tiempo, estos mercados sirven como centros de interacción comunitaria e intercambios culturales.



TENENCIA DE LA TIERRA

La tenencia de la tierra muestra cómo la propiedad de la tierra o los acuerdos de alquiler dan forma a la ubicación, la estructura, las operaciones y el acceso al mercado.



PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Un mercado puede ser propiedad municipal, particular, corporativa, con fines de lucro, entidad de la sociedad civil, empresa social o cooperativa de agricultores. La propiedad puede servir como indicador del tipo de problemas que pueden enfrentar los mercados, así como del tipo de inversiones que pueden ser necesarias para fortalecer el mercado.



GOBERNANZA

Si bien no existe un método único para mantener una buena gobernanza, un elemento importante es la alineación entre lo que un mercado pretende hacer y cómo evalúa su eficacia. Al evaluar la estructura de gobernanza de los mercados, las preguntas clave incluyen si el mercado cuenta con procedimientos operativos, directrices, reglas y regulaciones a fin de garantizar su buen funcionamiento, desde la seguridad alimentaria hasta la seguridad de las personas y si estos se publican. Otros elementos aportan a la mejoría, tales como establecimiento de una junta directiva, comité o equipo de selección para evaluar a los posibles proveedores y mecanismos para recibir aportaciones de los consumidores.



INFRAESTRUCTURA

La infraestructura física proporciona información sobre los recursos necesarios para operar un mercado. Por ejemplo, los mercados interiores pueden enfrentar desafíos costosos, desde la electricidad hasta el mantenimiento del techo o la presencia de baños públicos. Las categorías van desde cobertizos al aire libre y salones interiores hasta distritos enteros de edificios de mercado y espacios al aire libre que funcionan como un sistema de mercado singular. Pueden incluir todo para funcionar de manera eficaz, desde caminos para acceder al espacio hasta instalaciones de higiene, almacenamiento, instalaciones de refrigeración y fuentes de electricidad.



TIPOS DE PRODUCTOS

Dependiendo del tipo de mercado, los productos en venta pueden variar significativamente: desde su origen (región y país versus cadena de suministro local y global) hasta su método de producción (desde regenerativo hasta orgánico o convencional) y los tipos de alimentos (frutas y verduras, granos, proteínas, alimentos procesados, etc.).

Esta diversidad de paisajes del comercio minorista de alimentos está bien representada en los 31 estudios de caso seleccionados para este manual. A continuación, se describen algunos ejemplos:

Algunos ejemplos de los **Estados Unidos** incluyen:

Baltimore, donde los mercados municipales funcionan desde hace más de 200 años y ofrecen diversos productos, incluso productos de agricultores locales, huevos, proteínas y alimentos preparados. En **Cleveland** el rol cada vez más importante de los mercados de agricultores y puestos de venta de productos agrícolas refleja un deseo cada vez mayor de los consumidores y los agricultores de unir fuerzas, permitir las ventas directas y brindar una mayor transparencia en los sistemas alimentarios locales.

El **gobierno metropolitano de Seúl (SMG), República de Corea**, supervisa 418

mercados tradicionales, incluidos 52 mercados a gran escala con más de 1.000 tiendas. Sin embargo, la mayoría son mercados de alimentos en callejones de barrio integrados en la vida cotidiana de los residentes. SMG prioriza el apoyo por urgencia en lugar del tamaño, garantizando que los mercados pequeños obtengan lo que necesitan.

En **Barcelona, España**, los 38 mercados municipales que funcionan diariamente se complementan con mercados agrícolas semanales, que ofrecen a los residentes productos frescos de la región.

En **Ciudad Quezon, Filipinas**, hay 8 mercados públicos que funcionan diariamente de 5:00 a. m. hasta las 9:00 p. m., con máxima actividad en las primeras horas debido a las entregas de los comerciantes de los principales puntos de suministro, como los mercados mayoristas de Balintawak y Q-Mart.

En **Bogor, Indonesia** los mercados también sirven como centros culinarios, donde los comerciantes ambulantes de comida deleitan a los residentes y turistas con delicias como *Todo Goreng*, un plato tradicional de brotes de soja salteados y yuca dulce asada.

En **Curitiba, Brasil** el panorama del mercado también es amplio e incluye un gran mercado municipal, un mercado regional, 79 mercados orgánicos y cooperativas diferentes, así como *Sacolões da Família* (Tiendas familiares de comestibles) que venden frutas y verduras, que la ciudad aprovecha explícitamente para la inclusión social y el derecho a una alimentación adecuada.

En África Austral, los mercados de alimentos como los mercados al aire libre, quioscos y comerciantes ambulantes siguen siendo vitales para la seguridad alimentaria [15]. En ambos **Lilongüe, Malawi, y Lusaka, Zambia** los mercados de alimentos al aire libre (que incluyen los mercados municipales, que constituyen la mayoría, así como los mercados cooperativos y privados) desempeñan un rol esencial al brindar una amplia variedad de productos nutritivos, económicos y cultivados en la región, al servicio de las comunidades más vulnerables y con inseguridad alimentaria.



Cómo estimular todo el potencial de los mercados alimentarios: Lecciones de ciudades de todo el mundo

DESCUBRIENDO DESAFÍOS

Los mercados de alimentos suelen compartir funciones, actividades y relaciones comerciales similares, pues desempeñan un papel clave en la configuración de las economías locales y la dinámica social. Esta característica común genera desafíos compartidos entre países, por ejemplo, cuestiones de sostenibilidad, pérdida y desperdicio de alimentos o acceso de los agricultores a los mercados. Los mercados de alimentos también enfrentan desafíos únicos en función de sus contextos específicos, incluso problemas relacionados con la gobernanza, acceso desigual a los recursos e infraestructura limitada que a menudo obstaculizan su potencial para ofrecer precios justos, alimentos seguros y medios de vida para los pequeños agricultores [16].

La disparidad de género también ha sido durante mucho tiempo un desafío en los mercados de alimentos urbanos, donde determina quién

obtiene ingresos, quién asume el trabajo de preparar los alimentos y quién tiene acceso a los recursos necesarios para una participación económica significativa. En la mayoría de los mercados, las mujeres vendedoras con frecuencia carecen de acceso a la tierra, tenencia segura, reconocimiento legal, infraestructura adecuada o espacios para la toma de decisiones, y barreras de capital financiero limitan la seguridad alimentaria de sus hogares y su capacidad para gestionar negocios basados en el mercado [17].

- **Brasov, Rumania:** El tamaño de las granjas locales, por lo general son pequeñas o medianas, lo que hace difícil mantener un suministro de productos durante todo el año. Los alimentos frescos se vuelven menos disponibles y más caros durante el invierno, lo que empuja a los consumidores a recurrir a los supermercados como alternativa.

- **Cleveland, Estados Unidos:** Los problemas de infraestructura obstaculizan la capacidad de los mercados de la ciudad para abastecerse de productores locales, lo que afecta tanto las capacidades de procesamiento como de distribución.
- **Lusaka, Zambia y Lilongüe, Malawi:** Las normas de seguridad y manipulación de los alimentos son problemas importantes debido a la falta de infraestructura comercial básica y de instalaciones de agua, saneamiento y salud (WASH). El elevado desperdicio de alimentos también supone un problema debido a la ausencia de instalaciones de almacenamiento y a la limitada infraestructura de mercado.
- **Peshawar, Pakistán:** La seguridad alimentaria se ve comprometida por el uso de pesticidas, la adulteración de la leche, prácticas inadecuadas de manipulación de alimentos y la aplicación inconsistente de las regulaciones.
- **Rourkela, India:** Alrededor del 34% de las frutas y más del 44% de las verduras se desperdician anualmente debido a instalaciones de almacenamiento inadecuadas, lo que resulta en menores ingresos, contaminación de alimentos y un mayor consumo de agua y energía.
- **Ciudad Quezon, Filipinas:** La presidenta de la Federación de comerciantes del Mercado, mujer y residente de avanzada edad, ha señalado cómo las mujeres y los comerciantes de mayores siguen estando subrepresentados en la toma de decisiones dentro de los mercados y continúan enfrentando desafíos para acceder a capacitación, capital y oportunidades de subsistencia formales. Se ha observado una dinámica similar a nivel mundial, donde las mujeres que venden alimentos en los mercados, a pesar de representar una proporción significativa de los comerciantes informales de alimentos, a menudo permanecen excluidas de los debates sobre políticas urbanas [5].

APROVECHAR OPORTUNIDADES

Cuando se gestionan de manera eficaz, los mercados de alimentos ofrecen más que solo alimentos: ofrecen una plataforma de aprendizaje, cambios de comportamientos de productores, consumidores y todas las personas que interactúan con ellos. Pueden servir como lugares que facilitan la incubación de empresas con comerciantes y también como lugares seguros donde las mujeres vendedoras puedan operar, ser parte de la toma de decisiones y la gobernanza. Estos numerosos beneficios no son automáticos, sino que requieren una inversión intencional en los mercados, en los gobiernos urbanos, o sea, a través del desarrollo de capacidades, inversiones en infraestructura y mecanismos de gobernanza inclusivos. Si bien el grado de autonomía puede variar según la política, las estructuras de gobernanza y el contexto regulatorio, los gobiernos locales tienen oportunidades, responsabilidades de garantizar el acceso a dietas suficientes, seguras y saludables que respondan a las preferencias culturales, los límites planetarios, así como al género y a las comunidades vulnerables como los residentes urbanos de bajos ingresos.

- **Rourkela, India:** En 2021, Rourkela, en colaboración con organizaciones asociadas, lanzó el proyecto "[E-cool Mandi](#)". La iniciativa puso en marcha instalaciones de almacenamiento frigorífico descentralizadas alimentadas con energía solar en varias ubicaciones del mercado, beneficiando a aproximadamente 1650 comerciantes y casi un millón de residentes.
- **Recife, Brasil:** La ciudad ha realizado importantes inversiones en mejoras estructurales en sus instalaciones de mercado en los últimos años, inclusive la construcción de nuevos espacios para comerciantes, visitantes y amplias renovaciones de la infraestructura existente. Estas mejoras han aumentado la visibilidad de los mercados para residentes, turistas y colaboradores por igual.

- **Bogor, Indonesia:** La ciudad designó 14 zonas operativas para comerciantes ambulantes, cada una vinculada a un centro culinario. Estas zonas proporcionan a los comerciantes infraestructura esencial, como agua corriente, pues les permiten registrarse como comerciantes ambulantes de alimentos legales. Los comerciantes registrados son elegibles para recibir capacitación en manipulación de alimentos, mientras que sus operaciones se monitorean de forma ágil para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos.
- **Pittsburgh, Estados Unidos:** El [Programa Adopt-A-Lot](#) ha permitido que granjas comunitarias tales como [Granjas Shiloh](#) no solo cultiven productos frescos, sino también ofrezcan programas educativos que fortalezcan las conexiones comunitarias. También ha permitido que la [Granja Mwanakuche](#) amplíe la cantidad de productos disponibles para consumidores, introduciendo variedades que normalmente no se encuentran en los mercados de Pittsburgh y enriqueciendo así la cultura alimentaria de la ciudad.
- **Lusaka y Lilongüe:** Ambas ciudades establecieron redes de múltiples partes interesadas para abordar los desafíos que enfrentan los entornos de los mercados alimentarios. Las consultas identificaron áreas críticas para la intervención, incluso inversiones en la modernización de la infraestructura del mercado, la mejora de la gestión de residuos, implementación de instalaciones de almacenamiento frigorífico e integración de actividades de concienciación nutricional para los consumidores dentro de los espacios de mercado.
- **Turín, Italia:** El municipio colabora de forma activa con asociaciones locales, incluidas organizaciones de agricultores y comerciales, para mejorar la gestión general de los mercados. Cada mercado es supervisado por un “Comité de Mercado” elegido, compuesto por representantes de diferentes sectores de productos (como alimentos, no alimentos y productores). Estos comités trabajan con el municipio para apoyar el funcionamiento de sus áreas de mercado específicas brindando aportes consultivos sobre regulaciones, prestación de servicios, asignación de puestos y cuestiones organizativas.

Los gobiernos locales pueden crear condiciones habilitantes para una transformación de los sistemas alimentarios inclusiva, equitativa y justa proporcionando un marco definido por herramientas como regulaciones, impuestos, inversión en infraestructura, tasas favorables para vendedores y otros subsidios. Sin embargo, también necesitan otros actores dentro del continuo rural, periurbano, urbano y territorios más amplios, desde productores, recolectores, pescadores incluso mercados, comerciantes y consumidores en los sistemas alimentarios formales e informales, que serán parte de esta transformación [18]. Esto incluye sus prácticas relacionadas con la alimentación y el apoyo a los mercados de alimentos locales y a precios justos de los alimentos. En este contexto, una gobernanza inclusiva que administre mercados a través de la colaboración interdepartamental y multinivel, garantizando que todos los interesados participen en los procesos de toma de decisiones, es esencial para asegurar la accesibilidad y equidad de los alimentos.

Para abordar el desafío del género en los mercados alimentarios se necesitan sistemas que respondan a las realidades de género. Son esenciales mecanismos de gobernanza inclusivos, o sea, plataformas de múltiples actores, planificación urbana que integre la perspectiva de género e inclusión social, regulaciones que protejan, empoderen a las mujeres e inversiones específicas en infraestructura así como servicios básicos. Medidas prácticas como proporcionar instalaciones sanitarias seguras, limpias, espacios designados para mujeres con el objetivo de permitir el comercio nocturno con iluminación adecuada (para que las mujeres puedan extender sus horas de trabajo de manera segura) pueden hacer que los mercados sean más accesibles y equitativos.

- En **Daca**, se habilitó un rincón de lactancia para madres en los mercados, lo que les facilita conciliar el cuidado y el trabajo. **Bogor** integró la igualdad de género e inclusión social

en los programas de seguridad alimentaria y garantiza igualdad de acceso a la capacitación para los comerciantes ambulantes de alimentos. En **San Luis Potosí** se desarrollaron programas de seguridad alimentaria dirigidos a hogares de bajos ingresos, en su mayoría mujeres, mientras que otras iniciativas combinaron el apoyo alimentario con una perspectiva de género, ofreciendo asistencia personalizada, educación nutricional y talleres sobre economía familiar. Estas medidas no solo apoyaron a las mujeres en su vida cotidiana, sino que también fortalecieron los lazos comunitarios y promovieron economías locales más justas [19].

Las intervenciones específicas deben basarse en evaluaciones iniciales del entorno alimentario en el que se insertan los mercados, así como de los propios mercados como entornos alimentarios urbanos. Las ciudades, en colaboración con las partes interesadas clave, deberían realizar evaluaciones preliminares como un primer paso fundamental antes de planificar intervenciones, ya que esto les permite obtener una comprensión integral de las necesidades de la comunidad, la dinámica del mercado, las estructuras y funciones de gobernanza. Estas evaluaciones deben incluir, entre otras cosas, recopilación de datos de fondo sobre el estado actual de los mercados, identificación de posibles organizaciones asociadas, aclaración de áreas que necesitan intervención y abordaje de cualquier problema de salud y seguridad que afecte a la población local. Se recomienda que las evaluaciones deben considerar las necesidades específicas de la comunidad del mercado, incluyendo agricultores, comerciantes y consumidores y consideraciones transversales como género, edad, comunidades urbanas de bajos ingresos, el sector alimentario informal, con un enfoque particular en la seguridad alimentaria y los resultados nutricionales.



Mercado de Kilombero, Dar es Salaam, Tanzania.

©GAIN



Cómo evaluar los mercados alimentarios e identificar oportunidades de transformación

Ya se han desarrollado diversas metodologías de evaluación de mercados de alimentos para comprender mejor el funcionamiento de éstos en las ciudades. Entre ellos se incluyen las de la FAO, [Mapeo de Mercados Territoriales: Metodología y directrices para la recopilación participativa de datos](#) [20], que incluye conjuntos de cuestionarios modelo diseñados para facilitar el análisis preliminar del mercado y recopilar información tanto de los vendedores como de los consumidores. Otro recurso clave es el [Manual de instrucciones de las directrices para las evaluaciones del entorno alimentario basadas en el mercado](#) de la USAID que promueve la nutrición [21], incluye una instrucción completa, recopilación de información y análisis de datos para realizar evaluaciones del entorno alimentario basadas en el mercado, que se modifican para ser aplicables en entornos de países de ingresos bajos y medios.

Además, las [herramientas de gobernanza y evaluación del mercado](#) de GAIN desarrolladas durante y después de la COVID-19, se han escalado y transferido a diversos contextos, en colaboración

con actores locales y socios, en múltiples ciudades de África subsahariana y de Asia meridional y sudoriental. Estas herramientas fueron diseñadas para utilizarse de forma independiente, como parte de enfoques de métodos mixtos, para la investigación-acción participativa, según el interés en la gobernanza de los sistemas alimentarios y evaluación del mercado bajo el enfoque de “toda la sociedad” (whole-of-society) [22].

Estas evaluaciones de mejores prácticas brindan evidencia fundamental para informar con imparcialidad la toma de decisiones de los gobiernos locales, incluido cómo optimizar la asignación de sus recursos que, a menudo, están limitados hacia iniciativas con el mayor impacto y potencial de replicación [23]. Debido a su naturaleza participativa, las evaluaciones de mercado pueden fomentar nuevas colaboraciones entre los actores del mercado de alimentos, partes interesadas gubernamentales, desarrollando un camino para la formulación de políticas inclusivas, la cocreación de plataformas e iniciativas y el desarrollo de nueva infraestructura.



©ICLEI Africa

De la evaluación a la acción: Una guía paso a paso inspirada en Lusaka y Lilongüe

En ambas ciudades, las evaluaciones del mercado de alimentos tuvieron como objetivo principal comprender el panorama del mercado de alimentos y lograr la participación de los actores relevantes en la selección de mercados y el diseño de intervenciones específicas. La **metodología y directrices para la recopilación participativa de datos** han sido utilizadas como base y se adaptaron para evaluar mercados de alimentos en **Lusaka** y **Lilongüe**.

Estas evaluaciones abarcaron el mapeo de partes interesadas, articulación de desafíos y compilación de iniciativas, proyectos existentes destinados a mejorar los mercados de alimentos.

Además, este proceso identificó iniciativas transformadoras vinculadas a los mercados de alimentos, los entornos alimentarios y las redes de múltiples actores existentes, e identificó posibles necesidades de apoyo. Se recomienda resaltar la preparación para la inversión en

el mercado, evaluando la capacidad de los mercados de alimentos seleccionados para atraer y utilizar con eficacia las inversiones que pudieran recibir. Este enfoque tiene como objetivo garantizar la sostenibilidad financiera de la inversión planificada y maximizar su impacto a largo plazo. Detalles de cómo se llevó a cabo la preparación para la inversión pueden encontrarse en el documento explicativo disponible [aquí](#) (en inglés).

Una evaluación exitosa del mercado de alimentos es aquella que se realiza de manera participativa, involucrando y empoderando activamente tanto a los actores del mercado de alimentos como a la comunidad a la que sirven. Alinear las intervenciones con las necesidades y objetivos específicos de las partes interesadas que participan directamente en las operaciones diarias de los mercados de alimentos promueve el desarrollo de un ecosistema de mercado sostenible y resiliente. Los siguientes componentes son esenciales a considerar e incorporar al diseñar una intervención sociotécnica para entornos de mercados de alimentos.



1. REVISIÓN DOCUMENTAL

Realizar una revisión documental es un primer paso útil en el proceso de evaluación del mercado de alimentos. En este análisis en línea, puede buscar estudios clave del mercado de alimentos que se produjeron en la ciudad, mapear organizaciones locales e internacionales (ONG, organizaciones de la sociedad civil, filantropías, actores del sector público a nivel local y nacional, actores del sector privado) que lleven a cabo trabajos relacionados al mercado de alimentos, cualquier proyecto pasado que haya tenido lugar, así como propuestas de proyectos que aún no hayan sido financiadas. Es posible que descubra que algunas ciudades carecen de información publicada sobre sus mercados de alimentos, mientras que otras ya han sido estudiadas en profundidad. Esto por sí solo puede considerarse un hallazgo.

2. CONSULTAS PERSONALIZADAS

A través de la revisión documental, podrá tener una visión inicial de los actores del mercado de alimentos en la ciudad. Como siguiente paso en esta evaluación, puede que le resulte valioso reunirse con estas partes interesadas de forma individual, preferiblemente en persona. Al hacerlo, debe asegurarse de incluir a los actores del gobierno local, por ejemplo, de los departamentos de salud, medio ambiente, desarrollo social y planificación, así como a los actores del gobierno nacional, como el Ministerio de Agricultura. Durante estas consultas, podrá

conocer información sobre las capacidades, desafíos, oportunidades e intervenciones pasadas relacionadas con los mercados de alimentos en la ciudad, así como obtener información sobre el terreno sobre otros actores en el ecosistema del mercado.

3. INVESTIGACIÓN

Para comprender mejor el ecosistema del mercado de alimentos en la ciudad, puede considerar encargar un proyecto de investigación local. Los elementos clave de la investigación incluyen: 1) mapear la totalidad de los mercados de alimentos públicos, privados y cooperativos en toda la ciudad, 2) realizar una evaluación de preparación para inversiones en una selección de mercados de alimentos, 3) trabajar con el departamento pertinente con el objetivo de evaluar la capacidad general del mercado, del modelo comercial asociado, y 4) analizar las inversiones históricas en la ciudad para descubrir lecciones clave aprendidas.

En los casos de **Lusaka** y **Lilongüe** el índice de preparación para la inversión en el mercado¹ se aplicó para evaluar la capacidad de los mercados de alimentos para atraer y utilizar con eficacia las inversiones. El índice de preparación para la inversión en el mercado se puede utilizar para orientar la evaluación de la preparación para el mercado. Los factores clave a tener en cuenta son el estado actual de la infraestructura,

¹ El índice de preparación para la inversión en el mercado es una herramienta desarrollada por la Secretaría de ICLEI África y sus socios para evaluar el potencial de los mercados de alimentos para atraer y utilizar con eficacia e inversiones. Al probar y perfeccionar sistemáticamente este índice, el proyecto se propuso crear un marco sólido que pueda orientar las futuras inversiones en los mercados de alimentos urbanos, garantizando que estén mejor equipados para satisfacer las necesidades de la población urbana y contribuir a entornos alimentarios más saludables. La herramienta perfeccionada se publicará una vez finalizada. Para más información, comuníquese con iclei-africa@iclei.org.

servicios, modelo de gobernanza, gestión del mercado de alimentos, su importancia socioeconómica, resiliencia frente a los choques climáticos, voluntad, capacidad de los mercados para recibir y gestionar financiación.



4. CONSULTAS CON MÚLTIPLES PARTES INTERESADAS

Si bien la investigación puede revelar muchos conocimientos clave, es importante validar los hallazgos emergentes comparándolos con el conocimiento institucional incorporado a una ciudad. Este conocimiento está en manos de concejales locales, académicos, actores del sector privado, ONG, consumidores y otras partes interesadas. La realización de consultas entre múltiples partes interesadas en forma de talleres, en los que participen todos los involucrados e identificados durante las consultas individuales, proporcionaría una plataforma valiosa para integrar diversas perspectivas. Los ayuntamientos sirven como buenos puntos de partida para estas conversaciones.

Como muchas ciudades no cuentan con una oficina dedicada a los sistemas alimentarios, es importante crear un sentido de aceptación en todos los departamentos involucrados en los mercados de alimentos.

Para lograr esto, es posible que desee facilitar una interacción interdepartamental con funcionarios del gobierno local para obtener una perspectiva matizada de proyectos, objetivos, sinergias potenciales e incluso la política sutil que rodea a un mercado de alimentos en particular, existentes o futuros a nivel de ciudad o distrito.

La difusión de las conclusiones de la investigación, el alcance entre los departamentos del gobierno local es una parte importante del desarrollo

de capacidades y de lograr que las personas trabajen en conjunto. Quizás también quiera difundir la información a un grupo más grande de múltiples partes interesadas compuesto por todas las personas que ha entrevistado durante las consultas individuales. Estas sesiones de feedback crean una sensación de impulso entre los actores involucrados. Pueden utilizarse como un punto de contacto crítico para validar y recaudar información adicional sobre riesgos, oportunidades y sinergias imprevistas. Quizás se quiera formalizar estos grupos en un grupo de trabajo (integrado por miembros del concejo municipal de todos los departamentos) que pueda apoyar las intervenciones en el mercado y un comité directivo (integrado por actores más amplios del sistema alimentario) que pueda brindar asesoría para garantizar la sostenibilidad de la acción.



5. VISITA EN TERRENO

Se recomienda que todos los actores involucrados en la evaluación del mercado de alimentos se tomen el tiempo de visitar una variedad de mercados en la ciudad.

La forma más rápida de contextualizar las intervenciones en los mercados es visitar los propios mercados de alimentos y hablar con líderes del mercado, vendedores y clientes.

Procure observar los protocolos adecuados al visitar un mercado de alimentos; según el contexto, esto puede implicar presentarse ante la presidencia del mercado o la jefatura de sección. Si están disponibles, puede solicitar que recorran el mercado con usted y faciliten el diálogo con otros actores del mercado. Dedique tiempo a escuchar las perspectivas de los vendedores y permítales guiarle hacia las áreas que consideren mejorables.

6. TALLERES DE COCREACIÓN

El penúltimo paso en el proceso de evaluación del mercado de alimentos es organizar un taller de cocreación en el mercado de alimentos, en el que participen líderes del mercado, comerciantes y consumidores. Si se busca promover cambios en un mercado de alimentos, es importante generar un sentido de pertenencia entre los actores del mercado y aprovechar su conocimiento experto.

Comience preguntando a los distintos actores por los puntos críticos y los aspectos destacados de su experiencia en el mercado.

Juntos, pueden escribir algunas posibles soluciones en notas adhesivas. Luego, elabore una línea de tiempo de prioridades de inversión en una sola línea, con las necesidades actuales en un extremo y las futuras en el otro. Coloque cada nota adhesiva en la línea de tiempo, preguntando cada vez a los actores del mercado dónde consideran que debe ubicarse según la prioridad. La línea de tiempo resultante le ofrecerá próximos pasos claros para las intervenciones en mercados de alimentos.

Tenga en cuenta que las intervenciones deseadas pueden incluir tanto inversiones en infraestructura dura como fortalecimiento de capacidades o apoyo a la gobernanza.

7. SÍNTESIS Y DOCUMENTACIÓN DE LOS HALLAZGOS

Al reunir los seis pasos, el paso final es consolidar los conocimientos generados a lo largo de la evaluación y documentarlos de manera estructurada. Esta síntesis garantiza que la evidencia, las perspectivas y los aprendizajes recopilados se traduzcan en informes completos que puedan fundamentar la toma de decisiones y la acción futura. En los casos de Lusaka y Lilongüe, los resultados de la evaluación del mercado se transformaron en informes detallados para cada ciudad.

Los informes completos están disponibles aquí (en inglés) [Lusaka Food Market Assessment](#) y [Lilongwe Food Market Assessment](#).



Grupo de discusión de proveedores que participan en el taller de cocreación en Lilongüe, Malawi. ©ICLEI África



Transformando los mercados alimentarios: Marco de Acción CityFood para Mercados

Los gobiernos locales tienen la oportunidad de traducir los hallazgos —ya provengan de evaluaciones de mercados de alimentos u otros estudios relevantes— en acciones eficaces. En esta sección, exploramos cómo ciudades de todo el mundo han adoptado políticas y estrategias innovadoras para apoyar sus mercados de alimentos. Estos ejemplos ofrecen lecciones valiosas y enfoques prácticos que pueden adaptarse a diversos contextos locales.

Basándose en los estudios de caso de todo el mundo, se han identificado varios puntos de entrada transversales que las ciudades deben considerar al establecer y gestionar mercados de alimentos. Estos incluyen política y gobernanza, infraestructura de mercado, financiación e incentivos, y fortalecimiento de capacidades y sensibilización.



Al integrarse, los pilares del Marco de Acción CityFood para Mercados pueden transformar el funcionamiento de los mercados de alimentos, acercando alimentos frescos y saludables a las comunidades locales.

Esta sección profundiza en cada uno de los cuatro pilares, destacando prácticas inspiradoras y replicables de las ciudades presentadas en los estudios de caso.



I. POLÍTICA Y GOBERNANZA

Para garantizar existencia, seguridad y funcionamiento eficiente de los mercados alimentarios, es esencial establecer una legislación de mercado sólida, políticas alimentarias locales y estructuras de gobernanza innovadoras. Además de mejorar las operaciones del mercado, esto implica establecer un marco fundamental, garantizar políticas, gobernanza que permitan que existan y prosperen todo tipo de mercados de alimentos [24]. Las acciones clave incluyen:

- **Facilitar el acceso a los mercados de alimentos mediante la planificación urbana**
- **Fomentar la integración de políticas y la colaboración entre departamentos y niveles gubernamentales**
- **Establecer mecanismos participativos de toma de decisiones**
- **Establecer alianzas con organizaciones externas**

II. INFRAESTRUCTURA

Las inversiones en infraestructura son esenciales para operar de manera eficaz y sostenible los mercados de alimentos. Estos incluyen los aspectos físicos y digitales, que también están estrechamente interrelacionados con la disponibilidad de infraestructuras blandas, como mecanismos de gobernanza, políticas y capacitación. Este pilar se centra en la necesidad de que los gobiernos locales garanticen que los mercados de alimentos estén bien equipados y que los comerciantes tengan acceso a las instalaciones esenciales. Las acciones clave incluyen:

- **Modernización y mantenimiento de la infraestructura del mercado físico**
- **Aprovechar las herramientas digitales para optimizar las operaciones del mercado**



MARCO DE ACCIÓN CITYFOOD PARA MERCADOS PILARES DE ACCIÓN

III. FINANCIACIÓN E INCENTIVOS

Movilizar recursos financieros de los sectores público y privado, brindar a los comerciantes financiación e incentivos necesarios para el crecimiento, colaborar con los administradores de mercados para el desarrollo de modelos de negocios innovadores para mercados de alimentos que permitan que los ingresos provenientes de los componentes del mercado que generan ingresos (por ejemplo, unidades de almacenamiento frigorífico de pago por uso) se destinen a su reinversión en infraestructura de mercado, sean mercados autofinanciados o propiedad parcial o total de una institución pública. Las acciones clave incluyen:

- **Obtención de fondos para el desarrollo del mercado alimentario**
- **Conectando a los agricultores con los mercados**
- **Mejorar el acceso a los alimentos para las comunidades vulnerables**



IV. DESARROLLO DE CAPACIDADES Y SENSIBILIZACIÓN

Incluye mejorar conocimientos, habilidades de comerciantes, personal y consumidores del mercado, garantizando prácticas seguras e higiénicas y promoviendo al mismo tiempo la conciencia sobre nutrición y consumo sostenible. Las acciones clave incluyen:

- **Fortalecimiento de las capacidades de los vendedores y las estructuras de incentivos**
- **Incorporación de prácticas alimentarias sostenibles en el mercado**
- **Involucrar a los consumidores mediante educación y sensibilización**
- **Aprovechar el potencial social de los mercados de alimentos**





EL MARCO DE ACCIÓN CITYFOOD PARA MERCADOS EN LA PRÁCTICA

I. Política y gobernanza

Los gobiernos locales cuentan con diversas herramientas políticas y de gobernanza para apoyar eficazmente los mercados de alimentos. Sin embargo, para lograr el éxito en este ámbito se requiere una estrecha colaboración con una amplia gama de actores. Esto incluye otros departamentos de la ciudad, sector privado alimentario y no alimentario, así como coordinación y coherencia con otros niveles de gobierno, estrategias políticas, de desarrollo nacionales, incluidos los sistemas alimentarios y los compromisos nutricionales.

FACILITAR EL ACCESO A LOS MERCADOS DE ALIMENTOS MEDIANTE LA PLANIFICACIÓN URBANA

La ubicación física de los mercados de alimentos es un factor decisivo para garantizar el acceso a alimentos saludables, pues los consumidores a menudo eligen los puntos de venta de alimentos en función de su cercanía y conveniencia que sea llegar a ellos [25].

La ubicación física también es importante para los comerciantes del mercado que necesitan asegurarse de poder viajar, que el desplazamiento sea económico dentro y fuera de su mercado, así como comercializar a los consumidores, otros minoristas y restaurantes. Esto es especialmente importante para los residentes de menores ingresos, que a menudo tienen opciones limitadas de movilidad y dependen de caminar, andar en bicicleta o usar el transporte público, y cuya alimentación se ve aún más afectada por no poder acceder a los mercados [26]. Las ciudades son responsables de determinar dónde deben ubicarse los mercados, qué predios o espacios públicos deben albergarlos y los permisos o regulaciones que se les aplican. Al hacerlo de manera inclusiva y equitativa, las ciudades pueden mejorar el acceso a los mercados de alimentos para todos los residentes. Para lograrlo, los gobiernos locales deberían integrar los mercados de alimentos en esfuerzos más

amplios de planificación urbana, considerando también la conectividad con las redes de transporte y distribución de alimentos.

La ciudad de **Cleveland**, por ejemplo, apoya los mercados de agricultores, puestos de venta de productos agrícolas y mercados privados a través de sus códigos de zonificación que requieren un proceso de aprobación para garantizar el cumplimiento de las normas establecidas. Además, la ciudad implementa un [“Marco de planificación urbana de 15 minutos”](#), cuyo objetivo es garantizar que los residentes puedan acceder a servicios esenciales, incluso alimentos, en un viaje de 15 minutos en transporte público, caminando o en bicicleta [27]. Además, como parte del código de zonificación, la Iniciativa de Distrito de Jardines Urbanos de la ciudad garantiza que las áreas de jardines urbanos estén ubicadas y protegidas adecuadamente para satisfacer las necesidades de producción local de alimentos, lo que permite un acceso equitativo al suministro de alimentos de los jardines en toda la ciudad.

De igual manera, en **Pittsburgh** uno de los esfuerzos más importantes para vincular la planificación del uso del suelo con la seguridad alimentaria ha sido el [Programa Adopt-A-Lot](#).

Desarrollado como parte del [Kit de Lotes Vacantes](#) de la ciudad, el programa busca ofrecer a los residentes una vía sencilla y asequible para usar terrenos baldíos de propiedad municipal con fines de producción de alimentos. Allí, los residentes y las organizaciones de base pueden convertir espacios abandonados en huertos comunitarios, muchos de los cuales cultivan frutas y verduras que abastecen a los hogares y a las redes alimentarias locales, incluidos los mercados.

En **Lilongüe** el gobierno local ha zonificado formalmente cinco áreas al costado de la carretera como “mercados de calle” para permitir que los comerciantes de alimentos, vitales para el sistema de suministro de alimentos de la ciudad, construyan puestos comerciales de manera organizada y segura, a través de especificaciones de diseño predefinidas para garantizar que sus

puestos estén bien mantenidos y no obstruyan el tráfico. Además, estos comerciantes ahora están registrados en el ayuntamiento y contribuyen a través de cuotas mensuales regulares, formalizando sus negocios con la economía urbana. De manera similar, en **Bogor**, el municipio pone en funcionamiento 14 zonas gastronómicas oficiales de la ciudad donde los comerciantes ambulantes venden comida. En cada zona, un centro culinario establecido por la ciudad ofrece a los comerciantes ubicaciones operativas fijas y lugares donde pueden recibir capacitación sobre nutrición, higiene, seguridad alimentaria y desperdicio de alimentos con el apoyo del Departamento de Salud.



Los centros culinarios de Bogor ofrecen ubicaciones permanentes e infraestructura esencial para los vendedores ambulantes. ©GAIN

Asimismo, **Ciudad Quezon** está implementando un modelo de “ventanilla única” para agilizar los procesos de permisos y cumplimiento municipal, donde los mercados se regulan a través de ordenanzas locales, planes de zonificación, circulares administrativas, garantizando el cumplimiento de los vendedores con las normas de seguridad y saneamiento.

En **Hawassa**, la adopción de la Política de Alimentación y Nutrición, junto con la Estrategia Nacional de Seguridad y Calidad de los Alimentos de Etiopía, mejoró los sistemas de vigilancia de la calidad en los mercados de alimentos también mediante la adopción de enfoques basados en el riesgo a lo largo de la cadena de valor de los alimentos y estableció la creación de capacidades para las autoridades de inspección, con el objetivo de crear entornos más seguros dentro de los mercados nacionales.

FOMENTAR LA INTEGRACIÓN DE POLÍTICAS Y LA COLABORACIÓN ENTRE DEPARTAMENTOS Y NIVELES GUBERNAMENTALES

La gestión de los mercados de alimentos sobrepasa múltiples mandatos más allá de la política alimentaria, incluida planificación urbana, vivienda y servicios sociales, clima, economía circular, y como tal, muchos departamentos diferentes dentro del municipio tienen influencia en cómo se gestionan los mercados de alimentos. Otros niveles de gobierno también suelen participar en aspectos del mercado, como es el caso de las reglamentaciones sobre productos agrícolas y el control de la seguridad alimentaria en algunos países.



Para desarrollar con eficacia políticas públicas y leyes favorables al mercado, los gobiernos locales necesitan promover una mejor integración de políticas, colaboración entre departamentos a nivel municipal así como buscar formas de colaborar con los gobiernos regionales y nacionales.

Este proceso requiere primero mapear las políticas, competencias, responsabilidades existentes dentro de la administración de la ciudad con vistas a evaluar dónde están las sinergias e identificar las barreras que los mercados de alimentos pueden enfrentar cuando operan dentro de los municipios o interactúan con ellos. Este enfoque proporciona una base sólida para que los mercados de alimentos funcionen de forma segura, presten servicios esenciales y fomenten prácticas sostenibles, al tiempo que garantiza que las políticas de mercado se alineen con estrategias de desarrollo urbano más amplias [24].

Para mejorar la disponibilidad, accesibilidad, higiene y seguridad alimentaria en los mercados, los departamentos de salud, agricultura, saneamiento, medio ambiente, transporte y planificación urbana del Concejo Municipal de **Beira, Mozambique**, trabajan en estrecha colaboración. Estos departamentos, junto con representantes de una asociación de mujeres y un grupo de consumidores, formaron el comité de gestión del mercado de múltiples partes interesadas que fue diseñado y establecido conjuntamente poco después de la pandemia de COVID-19. Este comité ha funcionado con éxito durante los últimos años y ofrece un modelo escalable de gobernanza inclusiva de ciudad-mercado.

En **Machakos, Kenia**, donde la gestión del mercado es mandato del gobierno del condado, la colaboración entre departamentos y niveles ha demostrado ser fundamental para la gestión eficaz de los mercados de alimentos, reuniendo a varios departamentos del condado (Comercio, Industria, Turismo e Innovación; Agua, Riego, Medio Ambiente, Saneamiento y Cambio Climático; Agricultura, Seguridad Alimentaria y Desarrollo Cooperativo; y Salud) para trabajar de la mano con los comités de mercado, quienes están capacitados para apoyar estos objetivos y actividades día a día.

Otro ejemplo es **Peshawar**, donde varias políticas y asociaciones tienen como objetivo apoyar los objetivos del Gobierno Metropolitano de acortar a las cadenas de suministro de



La imagen muestra la colaboración de actores clave para una gestión eficaz del mercado de alimentos en el Mercado Municipal de Machakos. ©GAIN

alimentos, mejorar la seguridad alimentaria, la nutrición y zonificar los mercados. Para alcanzar estos objetivos se requiere la coordinación entre diferentes sectores relacionados con la alimentación, entidades gubernamentales, que abarcan las esferas local, provincial y nacional: Los comités de mercado, las corporaciones municipales de Peshawar, la Autoridad de seguridad alimentaria y alimentos Halal de Khyber Pakhtunkhwa y la Autoridad de Normas y Control de Calidad de Pakistán, por nombrar algunos. Los esfuerzos de colaboración para estabilizar precios del mercado de alimentos, especialmente de alimentos culturalmente preferidos, establecer precios mínimos garantizados, legislar, monitorear la seguridad alimentaria ayudan a que los alimentos en los mercados sean más seguros y económicos.

De manera similar, la **Ciudad Científica de Muñoz** demuestra la importancia de las políticas estructuradas y la acción coordinada en la gestión del mercado. La ciudad ha desarrollado y está implementando activamente una política específica de gestión de residuos, que proporciona un marco coherente e

institucionaliza la segregación obligatoria de residuos en los mercados públicos locales. La participación de la comunidad ha sido un factor crítico en su éxito con esfuerzos coordinados entre varias oficinas de la ciudad, inclusive la Administración de Mercados y Oficina de Medio Ambiente y Recursos Naturales de la Ciudad (CENRO). Para que funcione, se establecieron responsabilidades claras para la gestión de residuos, con funciones que incluyen hacer cumplir las políticas de segregación de residuos, coordinar los cronogramas de recolección diaria y desplegar limpiadores ecológicos especializados en áreas de mercado.

En **Daca Norte** la gestión del mercado suele ser supervisada por comités integrados por comerciantes, autoridades municipales y, en algunos casos, representantes de la sociedad civil que se ocupan de operaciones diarias, higiene y mediación de conflictos. La Cooperación Municipal de Dacca Norte lleva a cabo regulaciones municipales y nacionales sobre seguridad alimentaria, gestión de residuos y conducta de los comerciantes.

En **Porto Alegre** tanto los mercados de agricultores convencionales como los orgánicos han sido regulados como una actividad económica y reconocidos como patrimonio cultural inmaterial. La combinación de estas competencias ha fortalecido el valor cultural y económico de los mercados. El turismo también se ha incorporado fortaleciendo la “*Caminhos rurais*” (Caminos Rurales), iniciativa que conecta agricultura y turismo para la promoción de valores local y pertenencia comunitaria. Lo mismo está sucediendo en **Turín**, donde la iniciativa “Torino Riflessa” (Turín Reflejada) promueve los mercados locales a través de itinerarios propuestos incluidos en la guía turística de la ciudad.

Por otro lado, la **ciudad de Osasco** ha fortalecido el acceso a alimentos frescos a través de iniciativas coordinadas entre múltiples departamentos. Los mercados callejeros, mercado municipal, huertos urbanos y bancos de alimentos trabajan juntos para atender a las poblaciones vulnerables,

mientras que programas como la [tarjeta de asistencia alimentaria “Nuestro Futuro”](#) integran objetivos de protección social, educación y nutrición. La integración entre mercados tradicionales y políticas sociales ha demostrado ser una estrategia eficaz para ampliar el acceso a alimentos saludables, promoviendo justicia social y sostenibilidad.

ESTABLECER MECANISMOS PARTICIPATIVOS DE TOMA DE DECISIONES

Si bien los gobiernos locales pueden impulsar el cambio a través de regulaciones, impuestos, subsidios e incentivos, otros actores como agricultores, consumidores, minoristas de alimentos, compradores institucionales y empresas de alimentos tienen una influencia significativa en el panorama del comercio minorista de alimentos. En muchos contextos, las decisiones clave pueden incluir el establecimiento de sistemas de precios transparentes, la mejora del acceso a los servicios financieros, inversión en infraestructura de mercado e incentivos para producción y promoción de una amplia gama de alimentos nutritivos, o sea, mediante el apoyo a prácticas agrícolas orgánicas o agroecológicas [28].



Las alianzas inclusivas que involucran a todos los actores a lo largo de la cadena de suministro de alimentos, como agricultores, vendedores, consumidores, procesadores, organizaciones comunitarias y autoridades locales de zonas rurales, periurbanas y urbanas, son esenciales para crear modelos de mercado de alimentos viables y equitativos que hagan que los alimentos saludables sean accesibles y económicos.

Las asociaciones inclusivas pueden adoptar la forma de plataformas de múltiples partes interesadas, órganos de gestión o juntas asesoras, que permitan a los actores participar de forma activa, en particular durante los principales procesos de toma de decisiones (por ejemplo, renovaciones de mercados, nueva infraestructura, horarios de apertura, ubicaciones de mercados). Al establecer mecanismos de participación inclusivos, cada grupo puede defender sus intereses específicos: comerciantes para apoyo de los medios de vida, consumidores para acceso a alimentos, equidad, salud pública y la comunidad para el espacio público, y compromiso cívico.

Un ejemplo exitoso es el [Consejo de Buena Alimentación y Parlamento de Buena Alimentación](#) en **Mbale, Uganda**, que se estableció como una plataforma de múltiples partes interesadas para el diálogo, rendición de cuentas, toma de decisiones colectiva, con el objetivo de mejorar la seguridad alimentaria en la ciudad. Uno de los resultados clave de esto ha sido el desarrollo de una Ordenanza alimentaria, que promueve prácticas alimentarias seguras en los mercados. A través de esta estructura de gobernanza, los agricultores locales pueden expresar sus necesidades, mientras que otros actores, incluido el municipio, obtienen una comprensión más clara de cuál es la mejor manera de apoyar a los agricultores para abordar los desafíos relacionados con el acceso a los mercados de alimentos.

De manera similar, en **Lusaka**, el Consejo de Política Alimentaria de Lusaka (LFPC), establecido en 2020, tiene la misión de estimular, facilitar el diálogo, la colaboración entre organizaciones, agencias, servicios, agricultores, distribuidores de alimentos, consumidores, empresas y el gobierno relacionados a los alimentos con el fin de desarrollar estrategias para la promoción y facilidad de un sistema alimentario funcional y sostenible para la ciudad. El reciente concejo municipal aprobó la oficina de sistemas alimentarios de la ciudad-región, que apoyará a LFPC en esta función.

En Indonesia, el gobierno de **Bogor** está trabajando junto con los líderes de la asociación de comerciantes ambulantes de alimentos para establecer un grupo de trabajo intersectorial, desarrollar directrices operativas de múltiples partes interesadas como parte del plan de desarrollo regional y capacitar a los líderes locales en nutrición, seguridad alimentaria y reducción del desperdicio de alimentos. Esta mejora estructural no solo promueve la inclusión de actores de la cadena de suministro de alimentos en pequeña escala y de pequeñas y medianas empresas, sino que, a su vez, mejora la disponibilidad de alimentos diversos, frescos y de temporada.

La Ordenanza de Seguridad Alimentaria de **Fort Portal** se desarrolló a través de un enfoque participativo en el que los líderes del mercado y los funcionarios de la ciudad contribuyeron a dar forma a regulaciones prácticas y específicas del contexto sobre seguridad alimentaria, manipulación, uso de pesticidas y prácticas de sacrificio. Este proceso inclusivo generó sentido de apropiación entre las partes interesadas, garantizando que la ordenanza, aunque aún está a la espera de su publicación oficial, ya se esté aplicando de manera informal, mejorando el cumplimiento y sentando las bases para mejoras en la seguridad alimentaria a largo plazo.

En **Hawassa**, la iniciativa [EatSafe](#) (“comer seguro”) de GAIN promueve una gobernanza del mercado más fuerte a través del compromiso colectivo. Fomentó la colaboración entre las partes interesadas locales, lo que también respaldó el desarrollo de planes de mejoría del mercado (MIP) para abordar las brechas regulatorias y de infraestructura. Al involucrar a diversas partes interesadas y generar conciencia en toda la comunidad, esta iniciativa sentó las bases para un cambio a más largo plazo.

Comprender las relaciones clave entre el gobierno y los mercados, así como el sistema alimentario más amplio, es esencial para identificar puntos de entrada estratégicos para la intervención. Al seleccionar cuidadosamente, estos puntos de

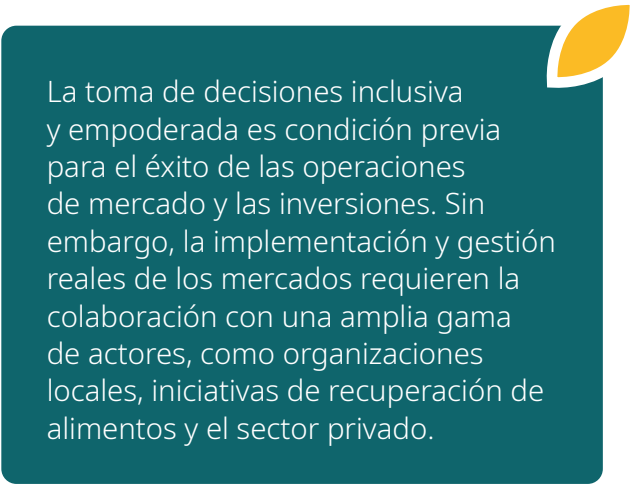
entrada pueden ayudar a superar limitaciones, abordar debilidades estructurales, fortalecer las conexiones entre componentes, subsistemas, generando así en última instancia beneficios más amplios y duraderos [29].

Esto es cierto, especialmente para **Ciudad Quezon** que ha institucionalizado la colaboración con las asociaciones de proveedores para garantizar que las decisiones de gestión del mercado sean inclusivas y receptivas. Un socio central en este esfuerzo es la Federación de Comerciantes de Mercado, que representa a más de 300 miembros en ocho mercados públicos. En lugar de ver a los comerciantes como receptores pasivos de las políticas, la ciudad los reconoce como actores clave cuyas experiencias diarias proporcionan una visión crítica de las operaciones del mercado. A través de la Federación, los vendedores participan activamente en el tratamiento de cuestiones urgentes como contratos de alquiler, prácticas de saneamiento y mejoras de infraestructura. Se celebran reuniones mensuales de coordinación entre los representantes de la asociación y las oficinas del gobierno local para proporcionar una plataforma para *feedback* continuo, negociación y resolución conjunta de problemas, permitiendo que las políticas se adapten en tiempo real a las necesidades de la comunidad del mercado.



Calle con puestos de mercado en Peshawar, Pakistán. ©GAIN

ESTABLECER ALIANZAS CON ORGANIZACIONES EXTERNAS



La toma de decisiones inclusiva y empoderada es condición previa para el éxito de las operaciones de mercado y las inversiones. Sin embargo, la implementación y gestión reales de los mercados requieren la colaboración con una amplia gama de actores, como organizaciones locales, iniciativas de recuperación de alimentos y el sector privado.

Las alianzas pueden mejorar la eficacia de un programa, aumentar el impacto de las intervenciones en el mercado, garantizar la transparencia, fomentar una mayor aceptación y ampliar su alcance. Al adoptar un enfoque de sistemas que reconozca las dimensiones sociales, económicas y ambientales interconectadas de alimentos, los gobiernos locales pueden alinear mejor las inversiones y políticas para mejorar la eficiencia en múltiples objetivos y ofrecer resultados más equitativos, sostenibles y resilientes para todos [29].

Varias ciudades se han asociado con el sector privado para apoyar la gestión del mercado de alimentos, en particular en la separación, recolección y procesamiento de los residuos alimentarios. Por ejemplo, **Lusaka** colabora estrechamente con entidades privadas para implementar la separación de residuos en sus mercados, al igual que **Cleveland**. En enero de 2023, la ciudad de Cleveland lanzó un proyecto piloto para reducir y rescatar el desperdicio de alimentos en su histórico [West Side Market](#). Los socios incluyeron a la [Hunger Network](#), una organización comunitaria de rescate de alimentos, así como socios locales de compostaje [Rid-All Green Partnership](#) y [Rust Belt Riders](#). El proyecto realizó una auditoría de residuos y descubrió que la mayoría de los residuos alimentarios eran compostables. Durante su

duración, el West Side Market rescató 2.269 libras (1,13 toneladas) de alimentos para distribuirlos a 12 organizaciones y compostó casi 40.000 libras (18,14 toneladas) de alimentos. Posteriormente, la ciudad elaboró recomendaciones sobre desperdicio y recuperación de alimentos, incluida la instalación de refrigeradores in situ y carros con ruedas para mejorar la seguridad alimentaria y la flexibilidad.

Estas asociaciones no se limitan a la pérdida y el desperdicio de alimentos, sino que también pueden aprovecharse para la promoción y la recopilación de conocimientos. **Curitiba**, por ejemplo, ha creado alianzas con el sector privado para desarrollar herramientas de monitoreo y aumentar la conciencia pública sobre el consumo de alimentos saludables. De igual forma, **Dares Salaam**, junto con el [Consortio para la Transformación de los Sistemas Alimentarios Urbano-Rurales \(TURFS\)](#) realizó un estudio exploratorio para informar un informe de la ciudad hacia un sistema alimentario circular, regenerativo y climáticamente inteligente que también sea inclusivo, equitativo y justo. Este estudio se centra en comprender mejor las relaciones del sistema alimentario en áreas clave, por ejemplo, agricultura local, periurbana y urbana, supermercados, mercados públicos de alimentos y gobernanza multinivel, con vistas a desarrollar un informe que reduzca las barreras y aproveche las oportunidades para la transformación sistémica.

Para los urbanistas de **Pittsburgh**, el debate en torno a los mercados de alimentos consiste en reimaginar el acceso a los alimentos de maneras que sean sostenibles y equitativas a largo plazo. Por esta razón, el Condado de Allegheny de la ciudad colabora con [Just Harvest](#), una organización local sin fines de lucro para implementar la iniciativa Fresh Corners (Rincones Frescos). Ayuda a las tiendas de barrio en áreas marginadas a abastecerse de productos saludables y económicos, garantizando un acceso peatonal, especialmente en vecindarios identificados como desiertos alimentarios.



EL MARCO DE ACCIÓN CITYFOOD PARA MERCADOS EN LA PRÁCTICA

II. Infraestructura del mercado

La infraestructura de un mercado de alimentos abarca elementos físicos y digitales, incluidas las instalaciones donde se realizan los mercados, espacios de almacenamiento, logística que respalda operaciones del mercado y plataformas digitales que mejoran conectividad y eficiencia.

No obstante, la infraestructura también incluye y requiere componentes blandos para funcionar eficazmente. Estos incluyen plataformas de gobernanza, regulaciones, capacitación para las personas que trabajan dentro y alrededor del mercado, etc., que se analizan más a fondo en los otros tres pilares del Marco de Acción CityFood para Mercados.

La infraestructura física y digital desempeña un papel vital en la resiliencia y la mejora de los medios de vida de comerciantes, prácticas de higiene alimentaria, seguridad alimentaria, reducción del desperdicio de alimentos, calidad nutricional de alimentos y aumento de la conectividad y eficiencia del mercado. Ya sea que los mercados estén al aire libre o alojados dentro de una estructura cerrada, los municipios pueden desempeñar un papel clave al apoyar a comerciantes e instalaciones necesarias para instalar los puestos, almacenar productos, gestionar desechos, garantizar que los consumidores puedan acceder y utilizar el espacio de manera efectiva.

El nivel de participación municipal en estos aspectos puede variar significativamente. En algunas ciudades, los mercados de alimentos se gestionan de forma privada y se realizan en

propiedades privadas, y el papel del municipio se limita a hacer cumplir las medidas de seguridad. En otras, el municipio asume la responsabilidad total de organizar y regular el mercado, gestionar edificios, emitir permisos y más.

No obstante, en lo referente a garantizar una infraestructura adecuada, incluso los mercados administrados por entidades privadas o sin fines de lucro necesitan apoyo municipal, ya sea mediante inversiones público-privadas, procesos de permisos o acceso a servicios municipales como internet distrital, acceso vial, alumbrado público y servicios de residuos. La infraestructura digital —como plataformas en línea— puede mejorar aún más las operaciones del mercado al conectar a productores y consumidores, facilitar las ventas y ofrecer información en tiempo real sobre el desempeño del mercado.

MODERNIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA

La rápida urbanización está aumentando la demanda de productos frescos en las zonas urbanas, lo que ejerce una presión significativa sobre la infraestructura del mercado existente. Los agricultores y comerciantes a menudo enfrentan desafíos en el transporte, almacenamiento, manipulación higiénica y venta de sus productos. Esto se debe a instalaciones comerciales inadecuadas, falta de techos e instalaciones de agua, saneamiento e higiene insuficientes, lo que genera altos niveles de pérdida y desperdicio de alimentos, menor calidad nutricional de los alimentos y pérdida de ingresos potenciales.

Para enfrentar estos desafíos, los gobiernos locales pueden desempeñar un papel importante al proporcionar o facilitar directamente inversiones en mejoras de infraestructura, como almacenamiento en frío, sistemas de drenaje, puestos de energía solar, sistemas de gestión de residuos y compostaje e instalaciones energéticamente eficientes. Estas mejoras ayudarán en última instancia a satisfacer la creciente demanda de alimentos frescos y saludables en las zonas urbanas.

El **Gobierno Metropolitano de Seúl** ha centrado sus políticas relacionadas con el mercado en la modernización de la envejecida infraestructura de los mercados de alimentos. En 2025, una parte significativa del presupuesto de la ciudad para mercados —29,3 mil millones KRW (aprox. USD 22,5 millones)— se destinó a mejoras de infraestructura, con el objetivo de preservar tanto la competitividad como el valor único de estos espacios. Las medidas clave incluyeron ampliar la infraestructura de conveniencia, como centros de atención al cliente, baños y salas de juegos, así como mejorar la seguridad mediante CCTV y sistemas mejorados contra incendios, eléctricos, de gas y de drenaje. Los mercados deben solicitar una vez al año para acceder a este presupuesto, y la ciudad prioriza las mejoras en función de la urgencia en lugar del tamaño del mercado para garantizar que los fondos públicos se dirijan a donde más se necesitan.

De igual forma, en **San Luis Potosí** el programa de promoción de la producción y procesamiento de alimentos locales tiene como objetivo revitalizar los mercados municipales como espacios seguros, funcionales e inclusivos a través de diversas medidas, incluidas mejoras físicas como mantenimiento del sistema, rampas y rutas peatonales seguras.

Otro caso se puede ver en **Rourkela**, donde el 83% de los agricultores y comerciantes citaron la falta de opciones de almacenamiento como la principal razón de la venta por dificultades. Sobre la base de esta observación, las inversiones en almacenamiento frigorífico y en la mejora de la infraestructura del mercado se convirtieron en la medida prioritaria para evitar las ventas en situaciones desesperadas por parte de los agricultores y crearon oportunidades económicas más sostenibles para ellos. A través del proyecto "[E-cool Mandi](#)", el municipio ha demostrado beneficios significativos en la reducción del desperdicio de verduras y la mejora de los medios de vida de las mujeres vendedoras.



*Instalaciones de almacenamiento en frío de Rourkela.
©Pratham Parida, Koel Fresh Private Limited*

Otro esfuerzo importante fueron las Mejoras de Mercados Modelo en **Daca** por parte de la DNCC, que introdujeron mejoras prácticas como mejores instalaciones de saneamiento, sistemas de drenaje, contenedores de residuos, reorganización de puestos e iluminación renovada. Estos cambios se probaron primero en los mercados de Mohakhali y Mohammadpur Town Hall de la ciudad. Los resultados incluyeron espacios más limpios, seguros y amigables para los usuarios. Agricultores y consumidores se beneficiaron de conexiones más directas, reduciendo la dependencia de intermediarios. Las mejoras también apoyaron la seguridad alimentaria y la nutrición al hacer que los productos frescos fueran más saludables y asequibles.

Varias ciudades han implementado programas para separar los residuos orgánicos en los mercados de alimentos y reciclarlos en compost, que luego puede usarse como fertilizante para la agricultura y los jardines urbanos. Por ejemplo, **Lusaka** introdujo biodigestores en los mercados y transformó un antiguo vertedero en una instalación bien gestionada donde se procesan y reutilizan los residuos. Otras, como **Barcelona**,

implementaron programas de reciclaje para garantizar la recolección de residuos orgánicos en los mercados municipales.

Algunas ciudades han explorado e implementado estrategias innovadoras e infraestructura temporal para garantizar un suministro constante de alimentos frescos a las comunidades locales, como ejemplifica **Brasov**. Con un único mercado de alimentos para una población de 47.500 habitantes, Brasov enfrentaba desafíos para ofrecer alimentos saludables y accesibles a sus residentes más vulnerables. Para abordarlo, el municipio invirtió en mercados temporales (itinerantes, “flywheel markets”) que se realizan semanalmente en la periferia de la ciudad, incluidos sus barrios con mayores desventajas económicas, ofreciendo un suministro regular de alimentos frescos a los hogares de menores ingresos.

APROVECHAR LAS HERRAMIENTAS DIGITALES PARA OPTIMIZAR LAS OPERACIONES DEL MERCADO

Más allá de la infraestructura física, los gobiernos locales también pueden aprovechar la tecnología para mejorar la gestión de los mercados físicos y virtuales. Esto incluye optimizar las operaciones para los actores del mercado de alimentos en todo el sentido, fortalecer la accesibilidad al mercado, mejorar la conexión entre agricultores y consumidores y obtener información valiosa sobre el desempeño del mercado a través de enfoques basados en datos.

Uno de estos enfoques consiste en crear plataformas digitales para conectar directamente a productores y consumidores y facilitar las ventas en el mercado. **Brasov** está en proceso de lanzar una plataforma en línea que permitirá a los consumidores ordenar por adelantado los productos de los agricultores y recibirlos directamente en el mercado.

En **Curitiba** la Secretaría Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SMSAN) colabora con la Fundación de Acción Social de Curitiba para poner a disposición vales electrónicos para las familias vulnerables que compran alimentos

en [Almacenes familiares](#), que son centros de venta minorista de alimentos subvencionados que atienden a 388.000 familias. Como parte de esfuerzos más amplios para modernizar los mercados y mejorar su eficiencia y accesibilidad, **Baltimore** ayudó a agilizar las operaciones, facilitar los métodos de pago para vendedores y agricultores mediante la implementación de un sistema de punto de venta (POS) unificado en todos los mercados de la ciudad; los datos de ventas generados también se utilizan para respaldar ofertas para nuevas inversiones.

En **Turín** el municipio lanzó dos aplicaciones, una para consumidores y otra para vendedores. La primera, [Torino Mercati](#), proporciona información actualizada sobre los mercados de la ciudad, incluidos datos históricos, curiosidades y geolocalización para ayudar a los usuarios a encontrar el más cercano. La aplicación también proporciona acceso directo a la plataforma de entrega a domicilio de cada mercado, actualmente en su fase piloto, con una muestra en tiempo real de los productos y precios disponibles. El Mercado de Turín tuvo una gran aceptación en toda la ciudad, respaldada por una amplia campaña promocional que incluyó publicidad a gran escala y productos de marca. La segunda aplicación, [Merc@to](#), es para que los vendedores paguen su puesto a diario y solo cuando realmente lo usen, a diferencia del sistema anterior donde tenían que pagar una suscripción anual, independientemente del tiempo que realmente usaran el puesto.

Además de estas infraestructuras, los gobiernos locales también desempeñan un rol importante a la hora de habilitar entornos de apoyo y establecer regulaciones para los espacios digitales, en particular para la seguridad alimentaria. En **Bogor**, el auge de los mercados digitales de alimentos en línea como [Go-Jek](#) y [GrabFood](#) ha facilitado la ampliación de oportunidades para los comerciantes ambulantes de alimentos al proporcionar plataformas físicas y virtuales, aumentando el acceso a sus ofertas y generando conciencia sobre las comidas culinarias locales. Sin embargo, la seguridad alimentaria sigue siendo un desafío, particularmente en los

mercados digitales donde los consumidores carecen de transparencia total en las operaciones de los comerciantes. Para abordar este problema, la ciudad está desarrollando una plataforma de múltiples partes interesadas para mejorar la seguridad alimentaria, nutrición, higiene y reducción de desperdicios entre los comerciantes ambulantes de alimentos.

Ciudad Quezon introdujo opciones de pago digital, como PalengQR, para ayudar a modernizar las operaciones de los comerciantes y fomentar una participación más amplia, especialmente entre los empresarios más jóvenes. La ciudad también introdujo el quiosco de servicios electrónicos de QC, donde los residentes de Quezon pueden acceder a servicios como el [Business One-Stop Shop](#) (una iniciativa diseñada para agilizar y simplificar las transacciones relacionadas con los negocios, permitiendo a los propietarios solicitar, renovar y modificar de manera cómoda sus permisos y licencias a través de un sistema digitalizado), [QCitizen ID](#) (sistema de identificación), QC Vax Easy, permisos laborales y de salud.



Comerciante de alimentos frescos. Mercado de horticultura de Lizulu, Lilongüe, Malawi. ©ICLEI África



EL MARCO DE ACCIÓN CITYFOOD PARA MERCADOS EN LA PRÁCTICA

III. Financiación e incentivos

El apoyo financiero a los actores del mercado alimentario es fundamental para facilitar la venta de productos económicos, frescos y de origen local. Los mecanismos de financiamiento público (que pueden complementarse con inversiones del sector privado) pueden adoptar diversas formas, desde invertir en mejoras de infraestructura hasta brindar conocimientos técnicos y apoyo, ofrecer puestos de mercado a costos reducidos o nulos, y apoyar el acceso a alimentos saludables mediante programas de asistencia para la compra de alimentos.

OBTENCIÓN DE FONDOS PARA EL DESARROLLO DEL MERCADO ALIMENTARIO

Con el fin de apoyar el acceso a los mercados (físicos y económicos) tanto para productores como para consumidores, mejorar la infraestructura del

mercado, los municipios pueden asociarse con inversores privados o aprovechar oportunidades de financiación pública.

En los últimos dos años, **Baltimore** logró recaudar más de 2 millones de dólares para proyectos de reurbanización mediante una combinación de subvenciones federales y estatales, así como subvenciones no gubernamentales. Estos fondos han permitido a la ciudad reducir las barreras de entrada para nuevos negocios al disminuir los costos de puesta en marcha, además de facilitar la autorización para el [Programa de Asistencia Nutricional Suplementaria \(SNAP\)](#). Los sistemas POS unificados también ayudaron a respaldar los esfuerzos de recaudación de fondos, al ofrecer datos de ventas precisos sobre el mercado en su totalidad para brindar información sobre su desempeño.

De igual forma, **Pemba**, a través de su política de gobierno municipal, enfatiza las alianzas mediante el trabajo conjunto con organizaciones sin fines de lucro locales e internacionales. Con apoyo de fondos del gobierno de Noruega y de GAIN para la implementación, la ciudad construyó entre 2023 y 2024 un mercado público de alimentos híbrido mayorista-minorista. La estructura física del mercado y la infraestructura resiliente al clima, incluidas las cámaras frigoríficas, se complementaron con inversión en capacidad y soluciones de codiseño para crear condiciones propicias, como capacitación en gestión, mecanismos de pago financiero y prácticas de seguridad alimentaria. En conjunto, estas medidas tienen como objetivo mejorar el acceso a alimentos seguros, diversos y nutritivos, apoyando al mismo tiempo los medios de vida de los comerciantes y la salud de ellos y de los consumidores.

Turín mejoró con éxito la infraestructura del mercado y financió iniciativas de promoción aprovechando múltiples fuentes de financiación para complementar su propio presupuesto. Un contribuyente importante fue el “fondo dedicado al apoyo, promoción y revitalización de la economía local” del municipio, financiado por distribuidores minoristas a gran escala. Desde 2010, cadenas minoristas que desean abrir nuevos establecimientos en la ciudad deben aportar un porcentaje de su inversión para compensar el posible impacto negativo sobre los negocios locales.

CONECTANDO A LOS AGRICULTORES CON LOS MERCADOS



Brindar apoyo personalizado a los agricultores locales y pequeños es fundamental para ayudarlos a superar barreras comunes, como infraestructura inadecuada, acceso a la financiación o alcance limitado del mercado.

El apoyo a los agricultores locales y a los pequeños agricultores puede adoptar la forma de asistencia financiera (por ejemplo, microcréditos o subsidios para la instalación de puestos de mercado), pero también de apoyo en especie (por ejemplo, designando una parte de los puestos de mercado para su uso, ofreciendo programas de tutoría o proporcionando apoyo logístico). La promoción de productos locales en los mercados y en toda la ciudad también puede mejorar la visibilidad y las ventas [24, 25, 28, 30].

La iniciativa [Círculo 47](#) de **Mérida** apoya a productores locales y promueve cadenas cortas de suministro conectándolos a mercados justos, agregando valor a sus productos, escalando la producción y resaltando su patrimonio biocultural. Tras un censo agrícola realizado en junio de 2023, el programa estableció una línea base e identificó 17 categorías de producción, que van desde ganado y cultivos hasta miel, tortillas y bienes de valor agregado. Hasta la fecha, Círculo 47 ha facilitado 250 conexiones entre 76 productores y mercados.

Se pueden observar enfoques similares en **Brasov**, donde la ciudad apoya a los agricultores locales priorizando su acceso a los puestos del mercado, aplicando una tarifa de descuento y permitiéndoles pagar alquiler solo por los días que usan activamente el espacio. Asimismo, **Cleveland** ha implementado el [Gardening for Greenbacks Program](#), que apoya el desarrollo económico de los agricultores urbanos y las empresas alimentarias, ofreciendo hasta USD 5.000 en subvenciones y apoyando a los agricultores en forma de infraestructura, herramientas de jardinería o suministros necesarios para expandirse y vender en los mercados locales.

En los mercados de la **Ciudad Científica de Muñoz** la mayoría de las verduras proceden de distritos cercanos (barangays), mientras que el ganado, especialmente los cerdos, a menudo llega de otras provincias. Para fortalecer la agricultura local, la oficina de agricultura de la ciudad apoya a los agricultores proporcionándoles semillas y otros insumos, ofreciendo programas

de capacitación, monitoreando los precios y promoviendo prácticas sustentables como la conversión de cáscaras de arroz en biomasa.

De manera similar, en el municipio de **Sandhikharka** el Grupo de Producción y Comercialización de Hortalizas (VPMG) reúne entre 400 y 500 mujeres productoras de hortalizas de la ciudad y de las zonas rurales cercanas, ayudándolas a llegar a los mercados y a relacionarse con las autoridades municipales de forma más eficaz que si lo hicieran por su cuenta.

MEJORAR EL ACCESO A LOS ALIMENTOS PARA LAS COMUNIDADES VULNERABLES

Ofrecer incentivos financieros a los consumidores, tales como vouchers, también puede resultar especialmente eficaz para apoyar el acceso de los hogares de bajos ingresos a alimentos locales frescos y saludables. A partir de esta observación, muchos países y ciudades han implementado programas y políticas de asistencia alimentaria. **Baltimore**, por ejemplo, trabaja con el departamento de agricultura de los Estados Unidos en el [Programa de Asistencia Nutricional Suplementaria \(SNAP\)](#), un programa nacional que tiene como objetivo proporcionar asistencia para la compra de alimentos a hogares de bajos ingresos. La ciudad ha facilitado las autorizaciones SNAP para que casi todos los mercados acepten pagos SNAP para ampliar el acceso a alimentos frescos. Otros municipios en los Estados Unidos también han promovido el SNAP a través de leyes que exigen que todos los mercados de su jurisdicción participen financiando la infraestructura y la tecnología necesarias para que los mercados acepten y procesen estos beneficios o mediante programas de contrapartida para complementar la financiación federal.

En **Pittsburgh**, el [Programa de Incentivos Nutricionales de Food Trust](#), ofrece Food Bucks (dólares de comida) para ayudar a que los productos frescos y otros alimentos saludables sean accesibles y económicos. Los Food Bucks son principalmente incentivos SNAP que los compradores obtienen en el punto de compra

al pagar con SNAP, y las recetas de productos Food Bucks Rx son distribuidas a los pacientes por sus proveedores de atención médica.

En **Curitiba**, que puso el derecho humano a una alimentación adecuada en el centro de su política alimentaria, los mercados familiares ofrecen frutas y verduras de alta calidad a precios económicos en zonas identificadas como desiertos alimentarios, ubicados estratégicamente cerca de terminales de autobuses y almacenes familiares, haciéndolos fácilmente accesibles a los residentes de la ciudad. El [Banco de Alimentos y Mesa Solidaria](#) redestina alimentos comestibles rescatados de establecimientos públicos para brindar alimentación gratuita, digna y segura a personas en situación de vulnerabilidad. Los beneficiarios del banco de alimentos y la mesa solidaria cuentan con el apoyo del [Proyecto de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Escuelas](#), que puso en marcha una incubadora social en la que los residentes pueden acceder a cursos de formación profesional y oportunidades laborales en colaboración con instituciones educativas, comercio e industria para alcanzar mayores niveles de emancipación social.

La **Ciudad Quezon** se compromete a mejorar el acceso a los mercados para las comunidades vulnerables mediante la integración sistemática de consideraciones de Igualdad de Género e Inclusión Social (GESI, por sus siglas en inglés) en todas las etapas de planificación e implementación de programas. Esto implica el desarrollo de iniciativas de apoyo a los medios de vida que respondan a la GESI, el establecimiento de indicadores de desempeño claros junto con evaluaciones periódicas de los resultados e inversiones estratégicas en herramientas digitales y programas de desarrollo de capacidades destinados a empoderar a las mujeres, los jóvenes y los residentes de la tercera edad. Además, la institucionalización de recopilación de datos desagregados, junto con la designación de puntos focales del GESI dentro de las organizaciones locales, garantizará que los programas no solo lleguen sino que también atiendan de manera asertiva

las necesidades específicas de los grupos vulnerables y subrepresentados dentro de los sistemas alimentarios y de mercado de Quezon.

En el municipio de **Sandhikharka** el Instituto de Estudios Avanzados del Sur de Asia (SIAS) llevó a cabo un proyecto de 2,5 años denominado “Coproducción de un ecosistema empresarial resiliente a los impactos para empresas lideradas por mujeres (CREW)”. El proyecto trabajó con mujeres emprendedoras para fortalecer su resiliencia en áreas sociales, políticas, ambientales, económicas y tecnológicas. El apoyo clave incluyó acceso a información empresarial, herramientas digitales, capacitación en alfabetización

financiera, desarrollo de marca y plataformas de comercio electrónico para ayudar a las empresas lideradas por mujeres a resistir las crisis. El CREW recibió además el apoyo del [Programa de Igualdad de Género en un Mundo con Bajas Emisiones de Carbono \(GLOW\)](#), que se centró en soluciones inclusivas en cuanto al género, bajas en carbono e impulsadas por la tecnología para las mujeres agricultoras. A través de sistemas de información basados en dispositivos móviles, capacitación digital y vínculos de comercio electrónico, GLOW ayudó a las mujeres agricultoras a mejorar el acceso al mercado, fortalecer sus habilidades financieras, propulsar sus negocios y adoptar prácticas agrícolas acordes al ambiente y más sostenibles.



EL MARCO DE ACCIÓN CITYFOOD PARA MERCADOS EN LA PRÁCTICA

IV. Desarrollo de capacidades y sensibilización

Si bien la adaptación del marco de políticas y la inversión en infraestructura física son pilares esenciales para apoyar los mercados de alimentos, por sí solos no bastan para aumentar la venta y el consumo de alimentos saludables y de buena calidad. En ese sentido, **los gobiernos locales desempeñan un rol decisivo a la hora de influir tanto en lo que los comerciantes promueven y venden como en lo que los consumidores eligen comprar.**

FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DE LOS VENDEDORES Y LAS ESTRUCTURAS DE INCENTIVOS

Los vendedores de alimentos son vitales para las economías urbanas en la mayoría de las economías emergentes y brindan trabajo por cuenta propia a miles de personas. No obstante, muchos enfrentan desafíos tales como habilidades limitadas en negocios y nutrición,

junto con restricciones en el acceso al crédito formal, que restringen su capacidad de aprovechar nuevas oportunidades de mercado y los dejan vulnerables a las crisis económicas [31]. Además, a diferencia de los países de altos ingresos, que suelen tener sistemas bien establecidos para regular y hacer cumplir la higiene y la seguridad alimentaria, muchos países de ingresos bajos y medios, especialmente a nivel local y urbano, carecen de los recursos (financiamiento, conocimientos, herramientas), las habilidades o la infraestructura para cuidar adecuadamente la higiene y la seguridad alimentaria [32]. Esta área conecta cuestiones centrales como los costos y beneficios de los negocios de comerciantes con técnicas de manipulación e higiene alimentaria, nutrición, objetivos de reducción del desperdicio de alimentos, inversión en infraestructura de mercado, provisión de servicios básicos como agua y gobernanza de los sistemas alimentarios [22,33].

Para facilitar el cumplimiento y llevar a cabo las normas relacionadas con la seguridad alimentaria, es necesario proporcionar las condiciones (infraestructura, acceso a ellas y capacitación para utilizarlas) para que los comerciantes, comités de mercado, funcionarios del gobierno municipal y otros puedan lograr con éxito estos requisitos. No obstante, la higiene y seguridad de los alimentos a menudo dependen de acciones de los actores de la cadena de suministro, trazabilidad relacionada y comportamiento de los consumidores. Esta responsabilidad recae especialmente en los comerciantes del mercado, que son un actor clave en la cadena de suministro de alimentos al estar en contacto directo con los consumidores y, por lo tanto, a quienes se les solicita información sobre la higiene y la seguridad alimentaria. Por otro lado, en la cadena de suministro, aumentar la conciencia de los consumidores mediante campañas y educación ofrece una dimensión adicional a las intervenciones de higiene y seguridad alimentaria.

Cada vez más, las ciudades de los países de ingresos bajos y medios están implementando una variedad de iniciativas de higiene y seguridad alimentaria para apoyar a los comerciantes y alcanzar los estándares requeridos.

En **Mbale** el municipio ofrece servicios de formación y extensión a los agricultores con el objetivo de mejorar prácticas agrícolas, conocimientos sobre cosecha oportuna, prácticas seguras de manipulación de alimentos y métodos de almacenamiento adecuados. Para mejorar aún más las prácticas de seguridad alimentaria, el programa [Good Food for Cities \(GF4C\)](#) facilitó la capacitación sobre seguridad alimentaria e invitó a los comerciantes a poner en práctica lo que habían aprendido participando en una competencia. Estos programas, que adoptan un enfoque holístico para abordar la seguridad alimentaria mediante la implementación de mejoras del mercado y capacitación, han demostrado ser eficaces para cambiar las perspectivas de los consumidores y comerciantes hacia mejores prácticas de seguridad e higiene alimentaria.

En **Beira** las iniciativas de liderazgo como Good Food Campaign (campaña de buena comida) promueven prácticas de higiene y seguridad alimentaria entre los comerciantes del mercado que son miembros voluntarios de la campaña. Una combinación de inversiones en infraestructura de mercado durante los últimos años —liderados por el concejo municipal, de un comité multiactor de gestión del mercado— han brindado mejoras en las instalaciones de agua, saneamiento e higiene (WASH, en inglés), capacitación en seguridad alimentaria, diseño e implementación. Todo ello fortalece la resiliencia de los mercados al ofrecer espacios seguros y limpios, en beneficio de vendedores y consumidores, incluso en las zonas comunitarias más vulnerables de la ciudad.

En **Hawassa** se introdujo un programa integral de seguridad alimentaria en el mercado de Aroge Gebeya a través de la iniciativa EatSafe de GAIN, combinando estrategias de cambio de comportamiento con capacitación de vendedores realizada en el mercado. A través de mensajes culturalmente resonantes difundidos por radios comunitarias, carteles y eventos públicos, el programa logró generar conciencia sobre la higiene y la seguridad alimentaria, particularmente entre las mujeres, que constituyen la mayoría de los comerciantes y clientes. Al mismo tiempo, se realizaron sesiones de capacitación breves y flexibles dentro del mercado que brindaron orientación práctica sobre manipulación de alimentos, prácticas de higiene y métodos de almacenamiento, respaldadas por la distribución de materiales de bajo costo como jabón, desinfectantes, herramientas de purificación de agua y cajas codificadas por colores. Este enfoque integrado ayudó a los comerciantes a fortalecer su capacidad para cumplir con las normas de seguridad alimentaria y al mismo tiempo fomentar entornos de mercado más seguros para los consumidores.

Para fortalecer la seguridad de los alimentos vendidos, **Portal Fort** ha reconocido oficialmente a los comerciantes como contribuyentes vitales

al sistema alimentario. El municipio registró y mapeó a los comerciantes por nombre y ubicación de la calle, y luego los agrupó cerca de instalaciones de agua y saneamiento. Un plan de participación en los costos permitió a los comerciantes obtener equipos para manipular alimentos, tales como delantales, mejorando así los patrones de higiene y fortaleciendo la confianza de los clientes. Al mismo tiempo, los vínculos con agricultores agroecológicos han mejorado la calidad de los alimentos vendidos en los mercados.

Para mejorar las habilidades de los comerciantes locales, **Ciudad Quezon** lanzó la primera [Vendor Business School](#) (escuela de negocios para vendedores), un proyecto conjunto con la Iniciativa de Ciudades Resilientes del CGIAR y el Gobierno de la Ciudad Quezon. El programa fue diseñado para dotar a los comerciantes de habilidades comerciales esenciales para mejorar sus medios de vida. A lo largo de 10 semanas, los estudiantes-comerciantes asistieron a sesiones grupales que cubrieron temas clave como mantenimiento de registros comerciales, estrategias de crecimiento de ventas, seguridad alimentaria, relaciones con los clientes, liderazgo, adaptación al cambio climático y estacionalidad de los cultivos. Para complementar estas clases, el programa también brindó tres meses de coaching personalizado, brindando a los proveedores orientación personalizada para fortalecer y aplicar lo aprendido.

INCORPORACIÓN DE PRÁCTICAS ALIMENTARIAS SOSTENIBLES EN EL MERCADO

Los municipios han cumplido un rol fundamental a la hora de incentivar a los administradores de mercados, líderes de comités y grupos de alimentos, a los comerciantes para que vendan alimentos nutritivos y producidos de manera sostenible. También deberían promover dichos productos en el mercado y fomentar prácticas sostenibles, como la reducción y la gestión eficaz del desperdicio de alimentos. Reconociendo esto, **Barcelona** lanzó su [Comercio Verde](#) una iniciativa

que capacita e incentiva a los comerciantes a vender productos locales y orgánicos obtenidos directamente de agricultores y mercados de pescado locales. Este programa, que ahora se ha extendido a todos los mercados municipales de la ciudad, también anima a los comerciantes a colaborar con los bancos de alimentos para combatir el desperdicio de alimentos.

Esta cuestión también ha sido abordada de manera similar por SMSAN en **Curitiba** a través de iniciativas como el [Proyecto de reducción de desperdicio de alimentos](#). A partir de un diagnóstico que identificó los residuos orgánicos aprovechables generados en mercados públicos y ferias, se mapearon y registraron instituciones sociales a las cuales se podrían redirigir los alimentos comestibles. Para apoyar estos esfuerzos, la ciudad ofrece a los comerciantes capacitación sobre la separación de alimentos para incentivar un aumento en las donaciones de alimentos, como en el Mercado Municipal de Curitiba, que aspira a convertirse en el primer mercado sin residuos del país. Además, el Programa de Desarrollo Alimentario de la Región Metropolitana brinda apoyo técnico e institucional a los agricultores familiares locales y facilita así su acceso a los mercados.

En **Zapopan** así como en otras ciudades se está estudiando el desarrollo de espacios en los mercados municipales para la venta de productos que no cumplan con los estándares estéticos de los supermercados. Esta iniciativa surge a partir del último diagnóstico de residuos de la ciudad, que reveló que una parte importante de los alimentos desechados aún se encuentran en buenas condiciones para el consumo.

En **Turín** el proyecto RePoPP ofrece otra respuesta innovadora al desperdicio de alimentos, promoviendo al mismo tiempo inclusión social y solidaridad. La iniciativa, liderada por una asociación local sin fines de lucro, involucra a jóvenes inmigrantes en situaciones precarias en la recolección de excedentes de alimentos al final del día de mercado. Estos alimentos se distribuyen luego de forma gratuita en un puesto

específico para familias de bajos ingresos. Los artículos restantes se reutilizan, se cocinan y se ponen a disposición la tarde siguiente para aquellos que los necesitan.

Más allá de los programas de formación, se pueden explorar herramientas adicionales, como en **Lusaka**, que lanzó una campaña para obligar a los comerciantes a limpiar los mercados el último sábado de cada mes. En la **Ciudad Científica de Muñoz** se gestionan residuos en sus mercados públicos con CENRO haciendo cumplir la segregación obligatoria de residuos en la fuente, con el apoyo de personal de recolección dedicado y limpiadores ecológicos. Los residuos se recogen dos veces al día y los limpiadores ecológicos mantienen la limpieza durante todo el horario de funcionamiento del mercado. Los comerciantes del mercado deben separar sus desechos en contenedores designados para basura y abono, y el incumplimiento está sujeto a una multa de PHP 500 (USD 8,73) por la primera infracción. Los residuos recolectados se transportan a la instalación de recuperación de materiales (MRF) para su procesamiento y desvío.

INVOLUCRAR A LOS CONSUMIDORES MEDIANTE EDUCACIÓN Y CONCIENCIA

Colaborar con los líderes del mercado y los proveedores es fundamental para ayudar a dar forma a los mercados como entornos alimentarios que ofrezcan a los consumidores muchas opciones de alimentos saludables, seguros y económicos. Sin embargo, también es importante complementar esto con la conciencia y educación del consumidor para facilitar elecciones alimentarias más informadas. Es por ello que varias ciudades han decidido organizar recorridos por los mercados o visitas escolares para aprovechar el potencial de los mercados como espacios de aprendizaje y sensibilización.

En **Brasov** se organizan visitas a mercados de alimentos, entre adultos y niños, para concienciar sobre los beneficios de consumir productos frescos, locales y de temporada. En

Barcelona se organizan visitas similares para que los alumnos aprendan sobre el consumo sostenible de alimentos y las formas de prevenir el desperdicio de alimentos. Ambas ciudades también implementaron un sistema de etiquetado o codificación por colores para facilitar a los consumidores la identificación de los puestos de los agricultores. Además, **Barcelona** complementó estos esfuerzos con el lanzamiento de una campaña publicitaria más amplia en torno a la importancia de los productos locales para cocinar platos tradicionales y de temporada.

En Pittsburgh, [Food Trust's Healthy Corner Store Initiative \(HCSI\)](#) y el programa Heart Smarts colaboran para garantizar que los residentes tengan acceso a alimentos nutritivos e información para elegir opciones más saludables en su tienda local. Al brindar educación nutricional en la tienda, incentivos específicos y asistencia técnica, los programas ayudan a los propietarios de tiendas a transformar sus negocios en centros de salud comunitarios accesibles.



Puestos azules que señalan a los comerciantes en el Mercado Astra. ©Andrei Paul, Municipalidad de Brasov

Algunas ciudades han decidido centrar sus esfuerzos de conciencia en grupos específicos y áreas temáticas. En **Bogor**, por ejemplo, la mayoría de estudiantes compran sus refrigerios y comidas diarias a comerciantes ambulantes de

comida. Para promover dietas más saludables y fomentar la elección de alimentos informados, la ciudad ha lanzado varios programas para mejorar la nutrición infantil en el hogar y en las escuelas. Estas campañas, como [Comer pescado el viernes](#), la [Semana Nacional del Desayuno](#), el [Movimiento por una Alimentación Segura](#), y la [Campaña de Escuelas Saludables](#) ayudan a conectar las iniciativas a nivel de ciudad con los esfuerzos nacionales. En colaboración con el gobierno municipal de Bogor, el Ministerio de Cooperativas y Pequeñas y Medianas Empresas promueve activamente los sistemas alimentarios locales y las microempresas, incluidas las de los mercados callejeros de la ciudad. Esto incluye iniciativas como festivales que muestran productos locales, como el frijol Koro. Durante la pandemia de COVID-19, en un momento en que los mercados eran fundamentales para garantizar el acceso a los alimentos de la población urbana, la Cooperación Municipal de **Daca Norte** también aprovechó sus mercados como instituciones para promover la salud pública mediante campañas de seguridad alimentaria y formación sobre higiene y gestión de residuos.

LIBERAR EL POTENCIAL SOCIAL DE LOS MERCADOS DE ALIMENTOS



Como espacios urbanos, los mercados de alimentos pueden potenciarse como componentes esenciales del tejido social de una ciudad.

Los mercados de alimentos reúnen a todo tipo de poblaciones de distintos géneros, edades, clases socioeconómicas y representan espacios de cohesión social, diálogo y celebración de las culturas alimentarias locales.

Para liberar el potencial a menudo desaprovechado de los mercados de alimentos, los gobiernos locales pueden comenzar por analizar los patrones de consumo y los perfiles

socioeconómicos en diferentes mercados para adaptar los programas a las diversas necesidades. En **Brasov**, por ejemplo, las investigaciones revelaron que los mercados permanentes son más populares entre personas mayores, mientras que los mercados emergentes atraen familias. Este conocimiento permitió a la ciudad personalizar las actividades sociales (como catas y eventos musicales) para adaptarlas mejor a las preferencias de los distintos perfiles de consumidores.

De manera similar, en **Barcelona** solo en 2023, los mercados municipales acogieron más de 500 eventos culturales y gastronómicos y organizaron visitas guiadas a los mercados para más de 7.000 estudiantes. En **Recife**, los mercados públicos sirven como centros vibrantes de tradición, cultura y gastronomía. Durante la temporada de carnavales, los mercados ganan un rol de protagonismo más elevado, albergando eventos descentralizados que atraen tanto a turistas como a locales. Lo mismo ocurre durante la tradicional fiesta regional de São João (San Juan) en junio, cuando los Mercados y Ferias de CONVIVA, la entidad municipal que los administra, integra a sus instalaciones la programación artística con actuaciones itinerantes.

En **Rawalpindi** los “mercados callejeros” son una forma innovadora con la que la Autoridad de Desarrollo de Rawalpindi intenta reimaginar la comida callejera para vendedores y consumidores a través de una mejor planificación, inversión y modernización. Un enfoque cada vez más adoptado por otras ciudades de la provincia de Punjab, estas iniciativas tienen como objetivo establecer comidas callejeras como centros socioculturales y zonas económicas, capturando el valor histórico de la ciudad, brindando lugares deseables de comida, tradición, interacción social y generación de medios de vida. En Rawalpindi, se inauguró recientemente el nuevo mercado callejero Kartarpura en Chandni Chowk, un lugar familiar cuyo diseño se inspiró en los festivales gastronómicos del Ramadán.



Estudios de caso: Ciudades que transforman sus mercados alimentarios en todo el mundo

Los siguientes 31 estudios de casos globales proporcionan ejemplos concretos de cómo los gobiernos locales de África, Europa, América del Norte, América del Sur y el sur de Asia han desarrollado estrategias y soluciones innovadoras para abordar los desafíos en los mercados de alimentos. Sirvieron de inspiración para los cuatro pilares del Marco de Acción CityFood para Mercados. Desarrollados conjuntamente por ICLEI y GAIN, con valiosas contribuciones de ciudades y socios regionales, los estudios de caso reflejan una rica diversidad geográfica de las redes ICLEI y GAIN, ofreciendo un conjunto de soluciones que pueden aplicarse a diferentes contextos. La selección priorizó las iniciativas lideradas por los gobiernos locales,

con el objetivo de identificar buenas prácticas en diversos subtemas que pudieran compartirse y replicarse.

Estos estudios de caso no solo presentan soluciones innovadoras, sino que también resaltan el poder de la colaboración y del liderazgo local para transformar los mercados. Las ciudades pueden moldear el futuro de los mercados de alimentos mediante políticas, infraestructura e innovación, influyendo en lo que se produce, se comercializa y se consume. Al aprender de estas experiencias, las y los líderes urbanos pueden adaptar y escalar estrategias efectivas que fomenten la sostenibilidad, la resiliencia y la inclusión.



Baltimore, Estados Unidos

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Baltimore alberga uno de los sistemas de mercados públicos en funcionamiento continuo más antiguos de los Estados Unidos, con seis mercados públicos históricos que han prestado servicio a la ciudad durante más de 200 años. Inicialmente centrados en productos frescos, estos mercados se han diversificado con el tiempo para incluir una mezcla de productos de agricultores locales, intermediarios de productos y comerciantes de alimentos preparados. Cada mercado es único y ofrece una amplia variedad de alimentos frescos, así como la mayoría ofrece acceso a los beneficios del [Programa de Asistencia Nutricional Suplementaria \(SNAP\)](#), la mayor asistencia nutricional en el país. Además de sus mercados públicos, Baltimore alberga una sólida red de mercados de agricultores, que desempeñan un papel vital en el sistema alimentario local de la ciudad. Entre estos, el Mercado de Agricultores de Baltimore (Baltimore Farmers Market) se destaca por ser el más grande del estado de Maryland, sirviendo como piedra angular de la comunidad durante 47 años.

Basándose en este legado, la ciudad planea lanzar un nuevo mercado de agricultores al aire libre en terrenos reutilizados de la ciudad el próximo año. Este mercado se centrará en



556.723
habitantes



239 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Servicios financieros y profesionales
- Tecnología de la salud
- Biociencias
- Cultura y turismo
- Servicios de información
- Creativos
- Logística
- Manufactura avanzada

¿SABÍAS QUE?

Baltimore es el hogar del mercado público en funcionamiento continuo más antiguo de los Estados Unidos, con el Mercado de Lexington fundado en 1782, sirviendo sabores e historia durante más de 240 años.

Foto: Mercado de Lexington. ©Abigail Lammel

ofrecer huevos, aves de corral y carne de res y de cordero de origen local, mejorando aún más el acceso a alimentos frescos producidos regionalmente.

Los mercados públicos de Baltimore son administrados por una agencia cuasi municipal que opera de forma independiente, pero también colabora con una junta directiva. Esta agencia, apoyada por un equipo administrativo de 12 personas, maneja todos los aspectos de las operaciones del mercado, incluido el mantenimiento, los sistemas de punto de venta (POS) y el apoyo a las pequeñas empresas. Además, Baltimore desempeña un papel clave en la organización de una convención anual junto con

un grupo dedicado de personas que gestionan los mercados locales y de agricultores. Este evento atrae a participantes de regiones cercanas, ofrece una plataforma para aprender, establecer contactos y compartir soluciones innovadoras que benefician a la comunidad en general.

RETOS

Baltimore enfrenta un desafío significativo con los desiertos alimentarios, debido a la limitada presencia de tiendas de comestibles en toda la ciudad. Si bien los mercados públicos y de agricultores buscan abordar este problema, el alto costo de los productos locales sigue siendo una barrera y las alianzas con organizaciones de desarrollo comunitario siguen siendo vitales. Además, Baltimore pretende ampliar el acceso a alimentos frescos incrementando el alcance de la infraestructura y la licencia SNAP en nombre de múltiples mercados.

Durante la última década, los pequeños agricultores independientes se han retirado y cerrado sus operaciones, dificultando integrar a nuevos agricultores en los mercados municipales. Los agricultores activos han encontrado capacidades limitadas para operar sus propios puestos, lo que ha llevado a que los productos locales sean vendidos por comerciantes ambulantes. Para abordar este desafío, se reconoce la necesidad de brindar un apoyo más integral a estos mercados municipales y se están realizando esfuerzos de reurbanización para mejorar el acceso a alimentos saludables en áreas económicamente deprimidas. Se están explorando asociaciones con fundaciones benéficas para asegurar subvenciones para estos proyectos de desarrollo comunitario.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

La división de políticas y planificación alimentaria de Baltimore, con el apoyo de expertos en acceso a alimentos, resiliencia y planificación de sistemas, está a la vanguardia de la construcción de un sistema alimentario urbano justo y sostenible. A través de la [Iniciativa de Política Alimentaria](#)

[de Baltimore \(BFPI\)](#) la división se centra en tres pilares fundamentales: fomentar la colaboración interinstitucional, coordinar la [Coalición de Acción sobre Políticas Alimentarias \(Food PAC\)](#), y comprometer a los [Asesores Residentes para la Equidad Alimentaria \(RFEA\)](#). Estos esfuerzos trabajan juntos para abordar las disparidades en la salud, la economía y el medio ambiente, particularmente en las comunidades que enfrentan altos niveles de inseguridad alimentaria.

El enfoque de la división prioriza cuatro estrategias clave. En primer lugar, utiliza políticas para crear un sistema alimentario más equitativo integrando consideraciones alimentarias en todas las iniciativas gubernamentales, colaborando con los residentes en la investigación, planificación y formulación de políticas. En segundo lugar, fomenta la resiliencia a nivel individual, comunitario y sistémico al abordar las necesidades alimentarias urgentes y al mismo tiempo promover la sostenibilidad y la equidad a largo plazo. En tercer lugar, la división apoya y amplifica la economía alimentaria local a través de iniciativas como "[Good Food Procurement](#)", normas y programas que respaldan a las empresas alimentarias locales y esfuerzos de recuperación. Finalmente, promueve la agricultura urbana identificando y poniendo a disposición tierras de propiedad municipal para la agricultura, creando vías para la propiedad de la tierra y apoyando a los productores en la adopción de prácticas sostenibles, responsables y rentables. Estos esfuerzos reflejan el compromiso de Baltimore de garantizar la equidad alimentaria y la resiliencia para todos los residentes.

Los mercados públicos y de agricultores de Baltimore operan bajo marcos reglamentarios estrictos. Las empresas deben estar registradas a nivel federal y estatal y obtener una licencia de alimentos de la ciudad para operar en los mercados. Estas empresas también están sujetas a inspecciones periódicas para garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria. Actualmente, los mercados están implementando sistemas POS unificados para

agilizar las operaciones y ayudar a garantizar datos de ventas precisos, facilitar diversos métodos de pago y permitir un seguimiento eficiente de las métricas de retención de clientes. Este avance tecnológico forma parte de esfuerzos más amplios para modernizar los mercados, mejorar su eficiencia, accesibilidad, los datos generados también se utilizan para respaldar las ofertas de inversión y la viabilidad de los mercados.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

En los últimos dos años, Baltimore ha recaudado con éxito más de 2 millones de dólares para proyectos de reurbanización a través de una combinación de subvenciones

federales y estatales, así como subvenciones no gubernamentales. Estos fondos han permitido a la ciudad reducir las barreras para las nuevas empresas al reducir los costos iniciales, facilitar la autorización de SNAP y contratar a un Gerente de Equidad Alimentaria. Para asegurar eficazmente financiamiento para iniciativas de mercados de alimentos en la ciudad, Baltimore recomienda varias estrategias: contratar a una persona dedicada al desarrollo o externalizar la redacción de subvenciones, mantenerse al día con cambios de políticas y oportunidades de fondos, y utilizar contratos de arrendamiento y un sistema POS unificado para agregar información sobre ventas de los mercados, métodos de pago y métricas de retención de clientes.



Barcelona, España

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Barcelona alberga 38 mercados públicos de alimentos frescos, distribuidos en los diez distritos de la ciudad y todos ellos ubicados en edificios cubiertos. El 65% de la población tiene un mercado a 10 minutos a pie y el 85% de los consumidores acude allí a pie. Jurídicamente, la normativa local regula el funcionamiento del mercado del ayuntamiento de Barcelona, mientras que la normativa sanitaria, agraria y comercial la dicta el Gobierno Regional de Cataluña.

La gestión de los mercados municipales está compartida entre actores públicos y privados:

- El Instituto Municipal de Mercados de Barcelona (IMMB), entidad autónoma del ayuntamiento, es responsable del mantenimiento de edificios, administración, gestión comercial y promoción de los mercados, colaborando con varios departamentos de la ciudad en política alimentaria, gestión de residuos y movilidad.
- La Federación de Mercados Municipales de Barcelona (FEMM) agrupa diversas asociaciones de comerciantes y representa sus intereses en la Junta Directiva del IMMB. Cada mercado está coordinado por su propia asociación de comerciantes (que incluye un director de la IMMB), que es responsable



1.660.000
habitantes



99 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Procesamiento y fabricación de alimentos
- Cultura y turismo
- Servicios

¿SABÍAS QUE?

Los mercados de Barcelona albergan diferentes tradiciones culturales. Durante la festividad de Sant Joan (San Juan), en junio, que celebra al patrón de Cataluña y el solsticio de verano, los mercados se llenan de pasteles y cava. Cuando llega Halloween, todo gira en torno a las castañas y las batatas, manteniendo viva esta tradición centenaria para los asistentes al mercado.

Foto: Mercado de Sant Antoni. ©Ayuntamiento de Barcelona

del mantenimiento diario del equipo del mercado, la supervisión general del mercado y los esfuerzos de revitalización.

Además de los 38 mercados municipales, existen mercados agrícolas semanales, gestionados directamente por cada distrito. El IMMB mantiene una estrecha relación con los distritos y las asociaciones de vecinos, que también desempeñan un papel importante en la gestión del mercado y participan en el proceso de toma de decisiones del ayuntamiento.

RETOS

La ciudad de Barcelona se enfrenta a diversos retos para mejorar y aprovechar los mercados de alimentos frescos, incluida la promoción de cadenas de suministro de alimentos más cortas y la participación directa de los agricultores de la región. Además del espacio agrícola limitado alrededor de la ciudad, los agricultores se enfrentan a una serie de restricciones reglamentarias, burocráticas y de tiempo que dificultan su acceso directo a los mercados y pueden disuadir a las nuevas generaciones de aceptar trabajos relacionados con la agricultura. Estos desafíos dieron lugar, en particular, a crecientes tensiones entre los mercados municipales y los mercados de agricultores.

Los mercados de alimentos frescos también se enfrentan a una competencia cada vez mayor con los supermercados, que tienen horarios de apertura más amplios y a menudo siguen siendo más baratos. En los barrios más pobres, en particular, muchas personas prefieren los supermercados a los mercados (más caros), un síntoma de la desigualdad económica y social en el acceso de los consumidores a los mercados.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para abordar estos desafíos, el IMMB ha lanzado una serie de iniciativas, incluidas aquellas dirigidas a los estudiantes, para la promoción de productos frescos, locales, así como educar a los residentes sobre sus beneficios. La IMMB también ha aprovechado el poder de los mercados como espacios importantes para la inclusión social (especialmente atendiendo a las personas mayores y a los recién llegados) organizando eventos en los propios mercados², y como medio para abordar los desafíos climáticos, reduciendo el desperdicio de alimentos, aumentando la eficiencia energética de los edificios.

Barcelona trabaja para la promoción de los productos locales y regionales para aumentar la competitividad y sostenibilidad de los mercados municipales. A través del programa [Comercio Verde](#) se incentiva a los comerciantes a vender más "productos alimenticios verdes", es decir, alimentos que proceden directamente de los agricultores o de la subasta del mercado de pescado. Los incentivos se centran en la comercialización y distribución de productos locales a través de la capacitación de los comerciantes (por ejemplo, sobre cómo utilizar las redes sociales como herramienta de promoción) y un nuevo sistema de etiquetado que facilita que los consumidores identifiquen los puestos que venden "productos ecológicos". El municipio también ha desarrollado una campaña comercial para publicitar dichas ventas a través de material informativo expuesto en el mercado y continúa promocionando los platos tradicionales y de temporada, vinculados a la amplia y reconocida dieta mediterránea. En abril de 2024, alrededor de 500 vendedores participaron en este proyecto.

Para abordar la pérdida y el desperdicio de alimentos, el IMMB estableció iniciativas de concientización (por ejemplo, alentando a los comerciantes a establecer asociaciones con bancos de alimentos), programas de reciclaje para separar los desechos orgánicos en los mercados y mejoras de infraestructura para agregar nuevos espacios de almacenamiento frigorífico. A través del proyecto [Plástico Cero](#), que es parte del programa Comercio Verde, el IMMB tiene como objetivo abordar los residuos plásticos de un solo uso.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Las diversas iniciativas de Barcelona han logrado resultados significativos en los últimos años. Cifras recientes muestran que el 60,7% de la población local compra en mercados de alimentos frescos. El municipio aprovecha sus mercados de alimentos frescos como un

2 "Mercats per la Porta Gran" y "Menja't el Món".

componente esencial del tejido social, albergando múltiples actividades culturales, gastronómicas (550 eventos solo en 2023) y organizando visitas a mercados para niños y jóvenes (7.000 estudiantes en 2023). La ciudad logró reducir los desechos totales de los mercados en un 26,8% desde 2019 aumentando la producción de energía renovable (por ejemplo, a través de paneles solares en los techos de los mercados), proporcionando un suministro estable de agua caliente y reduciendo las emisiones de GEI en 151 toneladas.

Estas intervenciones, combinadas con múltiples actividades educativas, tienen como objetivo aumentar el número de personas que compran en los mercados municipales. El municipio también está

tratando de mitigar las tensiones entre los mercados municipales y los mercados de agricultores al facilitar el acceso de estos últimos a los mercados municipales y apoyando financieramente a los mercados de agricultores existentes.

De cara al futuro, y junto con las inversiones continuas en infraestructura de mercado de ahorro energético y energías renovables, el IMMB planea mejorar la gestión municipal de los mercados mediante el fortalecimiento de la recopilación de datos sobre hábitos de consumo y compra para apoyar la toma de decisiones, el refuerzo del rol de las asociaciones de vendedores y de la FEMM, y el desarrollo de un modelo de apoyo económico que promueva la autosuficiencia financiera de dichas asociaciones.



Beira, Mozambique

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La regulación, inversión y supervisión de los mercados es una responsabilidad municipal a cargo del ayuntamiento de Beira y parte del mandato del consejo de promoción de actividades económicas y mercados. Para facilitar la disponibilidad, accesibilidad, higiene y seguridad alimentaria en los mercados, este consejo cuenta con el apoyo de varios otros departamentos del gobierno municipal, incluidos los departamentos de salud, agricultura, saneamiento, medio ambiente, transporte y planificación urbana. PROCONSUMERS, la Asociación para el Estudio y Defensa del Consumidor, es una iniciativa nacional que también marca presencia en los mercados públicos, resolviendo disputas entre comerciantes y consumidores, asegurando que a los consumidores no se les vendan alimentos inseguros y que las básculas estén calibradas correctamente [34].

Beira tiene 14 mercados de alimentos públicos (formales), categorizados como mercados de suministro mayorista, distritales, rurales o provisionales. Estos mercados venden productos alimenticios frescos, como frutas y verduras, pescado y productos de origen animal. Si bien los mercados públicos están registrados en el municipio y los comerciantes pagan tarifas para ocupar sus espacios, sigue habiendo un gran grado de informalidad



592.090
habitantes



620 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura
- Pesca
- Servicios

¿SABÍAS QUE?

Como importante ciudad portuaria, con el Océano Índico a un lado y países sin litoral como Zimbabwe y Malawi al otro, Beira es un centro económico estratégico y vital para la región.

Foto: Mercado de Munhava, renovado con el apoyo del proyecto de GAIN para mantener el funcionamiento de los mercados alimentarios. ©GAIN

dentro de estos mercados y sus alrededores. Aproximadamente 40 mercados informales surgieron de forma espontánea y, a menudo, en respuesta a la demanda de alimentos frescos y otros bienes, especialmente en zonas desatendidas. También aparecen fuera de los mercados públicos de alimentos, ofreciendo bienes complementarios importantes, como productos secos y embutidos, servicios de procesamiento, que incluyen molienda, prensado o corte de productos frescos como hojas o cocos. Estos productos y servicios no se encuentran en los mercados públicos formales, ya que estos tienden a centrarse en la venta de alimentos frescos. Debido a la conexión entre los mercados formales e informales, algunos comerciantes optan por vender en mercados callejeros públicos e informales, pero en horarios diferentes [34].

RETOS

El cambio climático se evidencia en el aumento del nivel del mar, severas inundaciones, una mayor incidencia de ciclones y tormentas tropicales de alto impacto. La infraestructura de Beira, incluso sus carreteras, mercados, cadenas de suministro y operaciones de mercado, se han visto significativamente afectadas por estas perturbaciones climáticas. Además, la disponibilidad de alimentos en Beira depende en gran medida de largas cadenas de suministro transfronterizas y del transporte por camión, pero algunos productos, como los huevos, proceden de zonas cercanas. De esta forma, la resiliencia económica de los pequeños agricultores cercanos y las largas cadenas de suministro, así como también las limitaciones del mercado interno, tienen cada uno una influencia significativa en cómo los comerciantes venden y almacenan alimentos [34].

Los mercados de alimentos públicos y locales a menudo no reciben servicios públicos esenciales, como servicios básicos de agua, saneamiento e higiene (WASH) y gestión de residuos [34]. Debido a la capacidad municipal y a las limitaciones presupuestarias, muchos mercados públicos carecen de apoyo de servicios e infraestructura como puestos elevados designados, techos, máquinas de hielo, cámaras frigoríficas y energía renovable. Esto, a su vez, afecta la calidad nutricional y la seguridad alimentaria, así como la seguridad alimentaria de productos frescos y el desperdicio de alimentos resultante.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

El Concejo Municipal de Beira ha implementado varias estrategias y planes para gestionar sus mercados de forma más efectiva. El Plan Maestro 2035 de la ciudad incluye regulaciones de zonificación para organizar las ubicaciones del mercado y apoyar un crecimiento urbano eficiente [35]. Para mejorar los servicios básicos, la administración de infraestructura de agua y saneamiento trabaja para mejorar la gestión del suministro de agua, sistemas de drenaje, garantizando de esta forma que los mercados

tengan acceso a agua limpia y saneamiento adecuado [36]. La gestión de residuos se rige por la Ley de Medio Ambiente y el Reglamento de Gestión de Residuos Sólidos (2014, 2016), que establece marcos para la recolección, descarte eficiente de residuos y mantenimiento de entornos de mercado limpios [37]. El plan de recuperación y resiliencia municipal de Beira describe estrategias para mejorar infraestructuras urbanas y sostenibilidad ambiental, esenciales para la funcionalidad del mercado y las cadenas de suministro de alimentos [35]. Las iniciativas de liderazgo como la Campaña de Buena Alimentación promueven los estándares de seguridad e higiene alimentaria entre los comerciantes del mercado a través de membresía voluntaria [35].

Las colaboraciones con organizaciones y expertos han beneficiado a los mercados de Beira y la planificación de la resiliencia urbana. Esto incluye la rehabilitación y recalificación de los mercados públicos de alimentos. Esto incluye la rehabilitación y recalificación de los mercados públicos de alimentos tras el [ciclón Idai](#) de 2019, así como capacitaciones en inocuidad alimentaria y el establecimiento de mecanismos de gobernanza inclusiva de los mercados. De esta manera, el Concejo Municipal de Beira ha respaldado de forma sustancial los ocho mercados públicos de alimentos, fortaleció la infraestructura del mercado, así como la gestión y gobernanza inclusiva en los mercados de Munhava, Massamba y Gorjao, que están ubicados en tres de las zonas más pobladas y carenciadas de Beira.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Hasta la actualidad, el comité de gestión del mercado de múltiples partes interesadas diseñado conjuntamente por el Concejo Municipal de Beira, establecido después de la COVID-19, sigue funcionando con éxito y ofrece un modelo escalable de ciudad-mercado de gobernanza inclusiva. El comité forma parte de la unidad gubernamental mercados y ferias, y está enmarcado en valores codiseñados, incluida inclusión de género, cooperación abierta y comprometida, propiedad de las partes interesadas y acción.

Las inversiones en infraestructura de mercado están transformando la disponibilidad de alimentos suficientes, seguros y nutritivos, así como la manipulación, seguridad de los alimentos en los mercados de Beira, lo que en última instancia puede conducir a una mejor seguridad alimentaria, calidad de la dieta de los consumidores y prosperidad de los medios de vida de los comerciantes. Es necesario proporcionar a los comerciantes del mercado instalaciones para lavar y cocinar alimentos, así

como cámaras frigoríficas. Además, el municipio está explorando cómo integrar de manera inclusiva y equitativa los mercados informales en las estructuras de gobernanza y la economía formal, manteniendo al mismo tiempo su flexibilidad, dentro de las limitaciones de recursos existentes. Proporcionar servicios básicos y desarrollar mejores espacios comerciales para mejorar los entornos de mercado es una prioridad para los mercados informales [35].



Bogor, Indonesia

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La Agencia de Desarrollo, Planificación, Investigación e Innovación de Bogor supervisa múltiples mandatos departamentales relacionados con los sistemas alimentarios y actúa como la principal autoridad para los comerciantes de alimentos. La ciudad cuenta con 14 zonas de vendedores ambulantes de alimentos reconocidas oficialmente, donde el gobierno municipal, con el apoyo de donaciones del sector privado, ha establecido centros culinarios: espacios permanentes equipados con servicios básicos para los comerciantes. Los comerciantes que operan desde centros culinarios se benefician de estar registrados automáticamente como vendedores ambulantes de comida legalizados y son elegibles para recibir apoyo del gobierno local. Se contabilizan cerca de 5.000 vendedores ambulantes de comida y quioscos registrados [38] y se estima que alrededor de 12.000 comerciantes trabajan en la ciudad³. Esto significa que aproximadamente 7.000 comerciantes no están formalmente reconocidos en la estructura de gobernanza del ecosistema del mercado informal de alimentos de Bogor y, por lo tanto, corren el riesgo de ser desalojados diariamente.

3 Discusión informal con Ela Rosliana, S.Sos: encargada de la división de micro/pequeñas/medianas empresas. Estos datos se obtuvieron de los resultados de la coordinación del sector MIPYME con la unidad policial del servicio civil.



1.114.018
habitantes



111 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura
- Pesca
- Transporte
- Comunicaciones
- Comercio y hospitalidad

¿SABÍAS QUE?

Bogor es un centro culinario famoso por su vibrante escena de comida callejera. Entre las delicias que hay que probar se incluyen Toge Goreng, brotes fritos con fideos y tofu; y Ubi Bakar Cilembu, yuca dulce asada.

Foto: Grupo de enfoque de mujeres vendedoras ambulantes de alimentos de una asociación informal como parte del Proyecto de Sistemas Alimentarios Urbanos Inclusivos de GAIN. ©GAIN

Los comerciantes dentro de las mismas zonas operativas forman cooperativas registradas, con liderazgo elegido y órganos de gobierno para gestionar las operaciones diarias. La membresía otorga a los comerciantes el estatus de colaboradores legales dentro de la cooperativa, lo que les permite acceder a beneficios de seguridad social como seguro de salud y fondos de pensiones.

RETOS

Si bien son populares, muchos vendedores ambulantes de comida operan en aceras y carreteras, lo que contribuye a la congestión del tráfico. Además, gran parte de los alimentos que se venden no son saludables, y como el 99% de los niños en edad escolar de la ciudad compran bocadillos y comidas diariamente a vendedores ambulantes [39], existe la necesidad de un entorno propicio de calidad en Bogor que promueva y aumente el acceso a opciones de comida callejera más seguras y saludables.

Los mercados móviles de alimentos y las aplicaciones de entrega se utilizan ampliamente en Indonesia, como [Go-Jek](#) y [GrabFood](#), ambas originarias del país. El auge de los mercados de alimentos digitales a través de estas aplicaciones ha proporcionado a los vendedores ambulantes de alimentos un mercado ya sea físico o virtual, ampliando el acceso a sus ofertas. Sin embargo, al realizar pedidos online, los consumidores no pueden evaluar las condiciones de higiene de los puestos de comida donde se preparan las comidas. Además, la entrega de alimentos plantea problemas de salud, ya que los agentes de entrega atienden a múltiples proveedores, lo que a menudo causa demoras en la llegada de los alimentos [38]. Actualmente, solo un centro culinario cuenta con métodos para gestionar y separar los residuos sólidos entre las recolecciones semanales de basura de la ciudad. La infraestructura que incluye instalaciones WASH no se proporciona a los quioscos individuales dentro de los centros culinarios, sino que se comparte entre dos o tres quioscos. Como resultado, menos del 50% de los quioscos dentro de los centros culinarios tienen acceso directo a instalaciones WASH, y prefieren evitar los costos de instalación lavándose en estaciones de agua comunitarias⁴.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Los objetivos del gobierno para la mejora del mercado incluyen preservar la tradición y el patrimonio cultural, apoyar las cadenas cortas de suministro de alimentos, mejorar la seguridad alimentaria y nutrición, y reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos [40]. Diversos programas se centran en la nutrición infantil tanto en el hogar como en las escuelas, como la campaña [Comer pescado el viernes](#) para combatir el retraso del crecimiento, la [Semana Nacional del Desayuno](#), el [Movimiento por una Alimentación Segura](#), y la [Campaña de Escuelas Saludables](#). El Ministerio de Cooperativas y MIPYMES en asociación con el gobierno municipal de Bogor también trabajan para la promoción de sistemas alimentarios locales, por ejemplo, a través de festivales que muestran productos locales como los frijoles *koro* [41].

El Ministerio de Desarrollo Nacional y la Agencia de Planificación, Dirección de Alimentación y Agricultura, coordina los planes nacionales, desarrollo de infraestructura para alimentación y agricultura a través de la legislación, incluidos el Plan de Acción Nacional para Alimentación y Nutrición, la Ruta Nacional para la Transformación de los Sistemas Alimentarios, Objetivos Nacionales de Desarrollo a Mediano y Largo Plazo [42], mientras que el Presidente supervisa la gobernanza alimentaria, las reservas y los sistemas de comercio [43], y el Gobierno Provincial de Java Occidental gestiona la distribución y los precios de los alimentos básicos, con un enfoque en los mercados húmedos y los alimentos básicos clave [44].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La ciudad está trabajando junto con GAIN y los líderes de la asociación de vendedores ambulantes de alimentos para establecer un grupo de trabajo intersectorial y una plataforma de múltiples partes interesadas como parte de la gobernanza inclusiva de los sistemas alimentarios locales y la localización

4 Conversación informal entre GAIN Indonesia y el Departamento de Salud de Bogor.

de las vías nacionales de la Cumbre de Sistemas Alimentarios de las Naciones Unidas (UNFSS, en inglés). El objetivo es aumentar la comunicación y la colaboración entre los proveedores y actores gubernamentales, con un enfoque en seguridad alimentaria y reducción del desperdicio de alimentos. Este esfuerzo se ve respaldado además por el reciente desarrollo de una herramienta de desarrollo de capacidades

diseñada específicamente para vendedores ambulantes de alimentos, que abarca nutrición, higiene alimentaria, seguridad y reducción del desperdicio de alimentos. En 2023, el gobierno municipal de Bogor se convirtió oficialmente en signatario del [Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán](#), reforzando su compromiso con la transformación de los sistemas alimentarios [45].



Brasov, Rumania

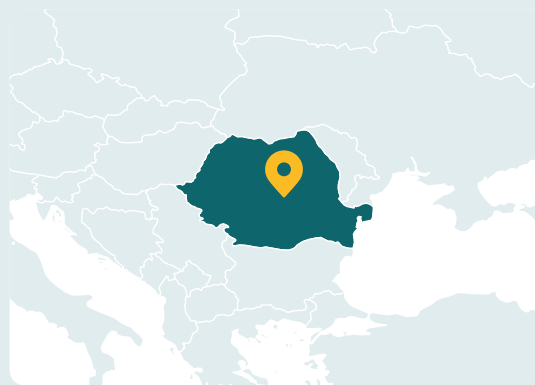
GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Los mercados públicos de alimentos frescos en Brasov están administrados por el [Servicio de Administración de Mercados Públicos](#), una institución municipal bajo la administración de Brasov. Este servicio supervisa las actividades comerciales, el control de calidad de los productos y la gestión del mercado. Legalmente, los mercados de alimentos frescos están regulados tanto a nivel local como nacional. A nivel local, las regulaciones abordan cuestiones prácticas como la asignación de áreas de cultivo [46], mientras que a nivel nacional, regulaciones más amplias definen quién está autorizado a comerciar en los mercados [47].

Hay seis mercados públicos permanentes: Dacia, Astra, Tractorul, Star, Bartolomeu y De Miercuri, repartidos por toda la ciudad, pero no distribuidos de manera uniforme. Durante los fines de semana de verano, los mercados emergentes administrados públicamente (conocidos como “mercados volantes”) también se mueven por toda la ciudad.

RETOS

El acceso limitado a los mercados es uno de los desafíos más urgentes de Brasov. Mientras que hay una tienda por cada 1.700 habitantes, solo hay un mercado por cada 47.500 habitantes.



480.000
habitantes



1.640 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Cultura
- Turismo
- Servicios

¿SABÍAS QUE?

El 9 de marzo, a los invitados y amigos se les sirve un plato de Mucenici, empanadillas cocidas en almíbar con nueces. Este postre tradicional conmemora la fiesta de los 40 Mártires de Sebaste.

Foto: Mercado de Astra. ©Andrei Paul, Municipalidad de Brasov

Esto es particularmente cierto en los barrios de Bartolomeu Nord y Noua, en las afueras de la ciudad, donde los residentes necesitan tomar múltiples medios de transporte público para llegar a un mercado. Esto crea barreras importantes para el acceso a alimentos saludables, especialmente para los grupos vulnerables.

Además, la mayoría de los agricultores de la región de Brasov son pequeños o medianos, lo que dificulta que los mercados garanticen un flujo estable de productos durante todo el año. Esto provoca diferencias significativas en disponibilidades, precio de los alimentos frescos en el período del invierno (noviembre-marzo) en comparación con la temporada más productiva (abril-octubre), lo que finalmente empuja a la gente a comprar en los supermercados. Por último, otros desafíos incluyen la elevada carga administrativa que soportan los pequeños

agricultores a la hora de vender en los mercados públicos, así como la prevención y gestión del desperdicio de alimentos en esos mercados.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para contrarrestar los desafíos e incentivar a los residentes a comprar en los mercados locales, el municipio ha puesto en marcha una serie de iniciativas para informar a la gente sobre el origen, la calidad y los beneficios de los productos del mercado. Estas se complementan con medidas de apoyo a los agricultores locales.

- **Promoción de la producción alimentaria local y sostenible:** El municipio ha implementado un sistema de código de colores para distinguir entre los dos tipos de comerciantes del mercado. Los productores agrícolas, que venden sus propios productos, tienen puestos amarillos, mientras que los comerciantes, que venden productos procedentes de mercados mayoristas o agricultores que no venden directamente, tienen puestos azules.
- **Apoyando las ventas directas de los agricultores:** La legislación nacional y local [48, 49] ofrece incentivos específicos para los agricultores locales. Los agricultores se benefician de la asignación directa de puestos por orden de llegada y solo pagan el alquiler cuando realmente utilizan los puestos. Los agricultores locales tienen un descuento adicional de 3 RON.
- **Concienciar a los consumidores mediante actividades educativas específicas:** Brasov, a través del proyecto [FoodCLIC](#), utiliza los mercados para sensibilizar a adultos y niños sobre los beneficios de comer productos frescos, locales, de temporada, tipos de alimentos y dónde pueden encontrarlos a los mejores precios. También se realizan intervenciones en escuelas (empezando por barrios vulnerables), en las que los alumnos pueden degustar productos locales y aprender sobre los beneficios de comprar local y tener una dieta saludable.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Brasov se compromete a aprovechar los mercados de alimentos frescos para promover los alimentos cultivados en el lugar, alentar a la población local a comprar productos frescos, saludables y apoyar a los pequeños productores. En un futuro próximo, la ciudad prevé añadir puestos verdes a los mercados para señalar los productos típicos procedentes de las montañas que rodean Brasov. Con el mismo objetivo de promover la tradición culinaria local, Brasov también planea aumentar el número de ferias locales que vendan estos productos, ya que consideran especialmente importante que los jóvenes conozcan estos alimentos.

Para mejorar el acceso a los mercados, el municipio también quiere aumentar el número de mercados temporales, que se realizan semanalmente en las afueras de la ciudad y permiten que los barrios más vulnerables tengan acceso directo a alimentos saludables. Brasov reconoce y valora la función social de los mercados tanto permanentes como temporales y quiere aprovechar aún más su potencial para unir a las personas. Invertir en ambos tipos de mercados permite llegar a diferentes públicos objetivos. Los mercados de alimentos permanentes son los preferidos por las personas mayores, mientras que los mercados emergentes atraen a las familias, a las generaciones más jóvenes (por ejemplo, organizando degustaciones y eventos musicales).

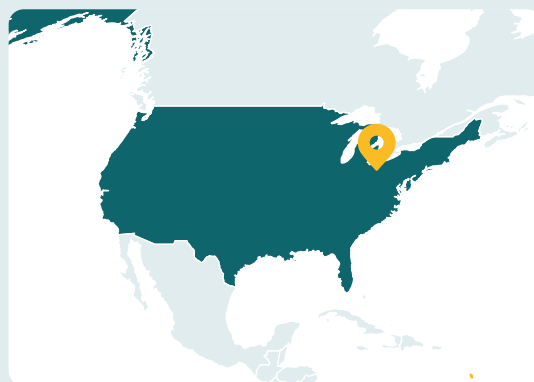
Del lado de los agricultores, para facilitar la conexión con los consumidores, el municipio está planeando lanzar una plataforma en línea donde las personas podrán ver y ordenar por adelantado los productos de los agricultores, que luego se entregarán directamente en el mercado. En cuanto a pérdidas, desperdicios de alimentos, Brasov planea dos tipos de acciones: invertir en espacios de almacenamiento (fríos) adicionales dentro de los mercados para preservar los alimentos y, por otro lado, asociarse con bancos de alimentos locales, como la [Banca Regională Pentru Alimente Braşov](#) para garantizar que el excedente de alimentos se done sistemáticamente en lugar de desecharse.



Cleveland, Estados Unidos

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El panorama minorista de alimentos de Cleveland es diverso e incluye minoristas tradicionales, supermercados, tiendas de conveniencia, mercados de agricultores y puestos de productos agrícolas. Los mercados de agricultores funcionan directamente entre productores y consumidores, y funcionan durante todo el verano, a veces, todo el año, mientras que los puestos de venta son gestionados por los agricultores en sus propias tierras de producción. Ambos están respaldados por los códigos de zonificación de la ciudad y se someten a un proceso de aprobación para garantizar el cumplimiento de los estándares. Una notable excepción es el [West Side Market](#) [50], un mercado que históricamente ha sido propiedad y administrado por la ciudad de Cleveland y que recientemente transfirió su administración y operación a la Corporación del Mercado Público de Cleveland (CPMC). El CPMC, con su personal independiente y su junta directiva liderada por la comunidad, abordará de manera eficaz e integral las necesidades cambiantes de los comerciantes y clientes del West Side Market. Si bien la ciudad de Cleveland conserva la propiedad del terreno y las instalaciones del mercado, CPMC administrará de forma independiente las operaciones del mercado, supervisará las renovaciones, mejoras, así como



361.607
habitantes



213.6 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura
- Silvicultura
- Procesamiento
- Fabricación de alimentos
- Cultura y turismo

¿SABÍAS QUE?

La ubicación privilegiada de Cleveland en el lago Erie, uno de los mayores recursos de agua dulce del mundo, ha impulsado el crecimiento industrial y ha sostenido los medios de vida. Su rica historia alimentaria, desde la próspera agricultura urbana hasta el auge de los supermercados, refleja la herencia diversa de la ciudad y su vibrante comunidad.

Foto: West Side Market. ©Anna Zaremba, Ciudad de Cleveland

desarrollará y promoverá nuevos programas públicos, liderando esfuerzos de recaudación de fondos para proyectos de capital, fomentando un enfoque colaborativo con diversas partes interesadas para ampliar las oportunidades para los productores locales y los comerciantes de restaurantes [51].

La colaboración en el ecosistema minorista de alimentos más amplio de Cleveland involucra a operadores de mercados privados, organizaciones de desarrollo comunitario y los departamentos de la ciudad. El Departamento de Desarrollo Económico de la ciudad trabaja en estrecha colaboración con entidades

privadas para ofrecer incentivos financieros, incluidas exenciones fiscales y oportunidades de financiación para tiendas de comestibles y de conveniencia. Cleveland implementa el [Gardening for Greenbacks Program](#), que apoya el desarrollo económico de los agricultores urbanos y empresas alimentarias, apoya a los agricultores en forma de infraestructura, herramientas de jardinería o suministros necesarios para expandirse y vender en los mercados locales. Además, la ciudad apoya los mercados a través del [Programa de Asistencia al Comercio Minorista Vecinal \(NRAP\)](#) [52], que ofrece préstamos a empresarios para promover restaurantes y comercios minoristas de propiedad local y que no sean cadenas.

RETOS

La infraestructura inadecuada obstaculiza la capacidad de los mercados de agricultores de Cleveland para abastecerse de proveedores locales, lo que afecta tanto las capacidades de procesamiento como de distribución. Además, los agricultores urbanos tienen dificultades para acceder a oportunidades de financiación, ya que algunos procesos de financiación local son algo incómodos, mientras que las solicitudes federales son extremadamente rigurosas y crean barreras sustanciales. A pesar de estos desafíos, la administración actual sigue comprometida con el acceso a los alimentos y la sostenibilidad, apoyada por una comunidad que valora estos esfuerzos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

En Cleveland, se ha introducido una serie de políticas e iniciativas estratégicas para abordar la reducción del desperdicio de alimentos, fortalecer los sistemas alimentarios locales y promover una economía circular. La [Coalición de Políticas Alimentarias del Condado de Cleveland-Cuyahoga \(CCCFCP\)](#), fundada en 2007, se centra en mejorar el acceso a alimentos económicos, nutritivos, reducir el desperdicio de alimentos, con el fin de mejorar la salud pública, impulsar la economía alimentaria local y disminuir los impactos ambientales. Otros esfuerzos clave incluyen el [Mapa Circular de](#)

[Cleveland](#) y el [Plan de Acción Climática](#) ambos priorizan la reducción del desperdicio de alimentos, la mejora de la resiliencia de las redes alimentarias locales y el fomento de prácticas sostenibles en toda la ciudad.

En enero de 2023, la ciudad emprendió un proyecto piloto para reducir y rescatar el desperdicio de alimentos en el West Side Market, en colaboración con la [Hunger Network](#), una organización comunitaria de rescate de alimentos, la [Rid-All Green Partnership](#) y la [Rust Belt Riders](#), los socios locales de compostaje. El proyecto realizó una auditoría de residuos y descubrió que la mayoría de los residuos alimentarios eran compostables. A lo largo de su existencia, el West Side Market rescató 2.269 libras de alimentos para distribuirlos entre 12 organizaciones y compostó casi 40.000 libras de alimentos [53]. A raíz de esto, la ciudad desarrolló recomendaciones para el desperdicio de alimentos y la recuperación de alimentos, incluida la instalación de refrigeradores en el lugar y carros rodantes para la seguridad de los alimentos y flexibilidad. En enero de 2024, el departamento de agricultura de los Estados Unidos (USDA) comprometió 11.5 millones de dólares a iniciativas innovadoras y escalables de gestión de residuos destinadas a reducir y desviar los residuos de alimentos de los vertederos de todo el país. Como parte de esta iniciativa, Cleveland ha recibido 340.961 dólares para mejorar sus esfuerzos de gestión de residuos. Esta financiación permitirá a la ciudad ampliar los sitios de entrega de compostaje residencial, aumentar la desviación general de residuos y ampliar el acceso a los servicios de compostaje. Además, proporcionará suscripciones subsidiadas a servicios mensuales de compostaje para hogares elegibles para SNAP, asegurando que los residentes de bajos ingresos puedan participar en prácticas de gestión sostenible de residuos [54].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La colaboración de Cleveland con socios locales subraya la eficacia de las iniciativas basadas en la comunidad. La adopción de enfoques con múltiples actores, la realización de auditorías de residuos para comprender necesidades específicas y la implementación de soluciones focalizadas que involucren a organizaciones locales y residentes están resultando clave

para combatir el desperdicio de alimentos en los mercados. Además, la postura proactiva de Cleveland para asegurar el financiamiento del USDA para apoyar el compostaje residencial y ampliar el acceso a los hogares de bajos ingresos subraya el valor de las asociaciones federales y el apoyo financiero para expandir los esfuerzos de gestión de residuos.



Curitiba, Brasil

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El municipio de Curitiba tiene una trayectoria de 30 años en política alimentaria y, desde 2019, ha fortalecido de forma estratégica su rol en el ámbito público para defender la seguridad alimentaria y nutricional y el derecho humano a la alimentación adecuada. Estos esfuerzos son liderados por la Secretaría Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SMSAN) que coordina una agenda alimentaria urbana integral guiada por tres líneas estratégicas de acción: Acceso a los Alimentos, Mercado Común Metropolitano y Agricultura Urbana. Apoya el ecosistema de mercado diverso de la ciudad, que incluye el Mercado Municipal de Curitiba, el Mercado Regional de Cajuru, 79 ferias⁵ de diferentes categorías (mercados orgánicos, mercados cooperativos) y 11 Sacolões da Família, mercados de alimentos que venden frutas y verduras.

El mercado municipal de Curitiba, con una superficie de 16.800 m², alberga 359 unidades comerciales que comercializan más de 72.000 productos, incluyendo una sección exclusiva para productos orgánicos. Esta sección, pionera



1.773.000
habitantes



434.8 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Procesamiento y fabricación de alimentos
- Servicios

¿SABÍAS QUE?

En las ferias de Curitiba se pueden encontrar pasteles con forma de carpincho llamados "capistel", un divertido homenaje a los carpinchos que recorren los parques de la ciudad y atraen visitantes de todo el mundo.

Foto: Puesto de comida fresca dentro del Mercado de Cajuru. ©Municipalidad de Curitiba

en Brasil, celebró en 2024 su 15º aniversario e incluye 13 establecimientos que ofrecen desde alimentos hasta cosméticos y ropa. Con el objetivo de convertirse en el primer mercado cero residuos del país, el Mercado Municipal de Curitiba también participa del programa banco de alimentos, recolectando toneladas de alimentos de los comerciantes para complementar la dieta de las personas necesitadas.

RETOS

Los desafíos locales que SMSAN pretende abordar incluyen combatir pérdidas, desperdicios de alimentos, reducción de la tasa de sobrepeso entre la población, disminución del consumo

⁵ Las ferias se organizan a través del Departamento Municipal, siendo cada vendedor responsable de instalar su puesto y gestionar la venta de sus productos. El papel de la ciudad se limita a la gestión y organización del espacio, sin participación directa en actividades comerciales.

de alimentos ultraprocesados, empoderar poblaciones socialmente vulnerables y promover la producción de alimentos basada en modelos agroalimentarios sostenibles.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

La ciudad de Curitiba utiliza un enfoque integrado innovador para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional al tiempo que combate el desperdicio de alimentos:

- El **Programa de Almacén Familiar** ([Programa Armazém da Família](#)) beneficia a más de 388.000 familias al brindarles acceso a alimentos a precios inferiores a los de los mercados convencionales. La gestión de las 50 unidades del programa está a cargo del SMSAN y, a través de convenios con la Fundación Acción Social de Curitiba se distribuyen vouchers electrónicos a familias vulnerables para la adquisición de alimentos en los almacenes familiares.
- El **Programa de Mercados Familiares** ([Programa Sacolão da Família](#)) ofrece diversas frutas y verduras de alta calidad en zonas identificadas como desiertos alimentarios, a través de tiendas fijas con precios inferiores a los del comercio minorista tradicional. El programa aborda la falta de fuentes alternativas accesibles en algunos barrios de la ciudad para los grupos de bajos ingresos. Están ubicados cerca de terminales de autobuses y almacenes familiares, lo que los hace de fácil acceso para los residentes.
- Los **Mercados de Agricultores** se instalan en lugares determinados por la densidad demográfica, la disponibilidad de alimentos, las características socioeconómicas y el interés de la población local. En la ciudad hay 79 ubicaciones de mercado, con 982 puntos comerciales y 378 titulares de permisos.

El desperdicio de alimentos y el acceso a los alimentos por parte de los residentes vulnerables se han abordado en los mercados y las instalaciones públicas antes mencionadas

gestionadas por SMSAN a través del [Proyecto de Reducción de Desperdicio de Alimentos](#). Tras una evaluación que identificó los residuos orgánicos aprovechables de los mercados públicos y ferias, se mapearon y registraron instituciones sociales para establecer [Iniciativas del Banco de Alimentos y la Mesa Solidaria](#), que tiene como objetivo destinar alimentos comestibles rescatados de establecimientos públicos para proporcionar alimentos gratuitos y seguros a personas socialmente vulnerables. De esta forma, los alimentos comestibles del Mercado Municipal de Curitiba, del Mercado Regional de Cajuru y de almacenes familiares se donan a iniciativas del banco de alimentos, de la mesa solidaria, permisionarios de mercados familiares son capacitados para separar los alimentos que no son comercialmente viables, pero sí aptos para el consumo humano. A través del Proyecto Mercado Solidario, los comerciantes de mercados de agricultores también son capacitados por SMSAN en la separación y donación de alimentos a instituciones sociales que recogen los suministros al final de cada mercado.

Los beneficiarios del banco de alimentos y la mesa solidaria también cuentan con el apoyo del [Proyecto de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Escuelas](#), que ofrece formación profesional a los residentes más vulnerables y utiliza las instalaciones comerciales de SMSAN como incubadora social. A través de la creación de cinco escuelas de seguridad alimentaria y nutricional, los habitantes pueden acceder a formación profesional y oportunidades laborales en colaboración con instituciones educativas, comercio e industria para lograr la emancipación social.

El Programa de Desarrollo Alimentario de la Región Metropolitana (PRODAM) brinda apoyo técnico e institucional para valorizar la producción del cinturón verde formado por agricultores familiares de la región metropolitana de Curitiba. Esta iniciativa tiene como objetivo facilitar el acceso a la contratación pública y a los mercados convencionales.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Los aprendizajes clave de la experiencia de Curitiba incluyen la importancia de la colaboración entre diversos sectores, lo que puede mejorar los recursos y la experiencia, creando un entorno más propicio para el desarrollo agrícola y la capacitación profesional. Con el apoyo financiero del Banco de Desarrollo de Brasil, el Fondo de Abastecimiento de Alimentos de Curitiba ha sido administrado por SMSAN para apoyar programas, proyectos y acciones de seguridad alimentaria y nutricional de Curitiba. Esto permitió la expansión de los

programas de almacenes y mercados familiares a todas las regiones de Curitiba, impulsando el emprendimiento del sector privado en áreas anteriormente subdesarrolladas, regulando al mismo tiempo los precios al consumidor y promoviendo el desarrollo económico sostenible. Debido a los evidentes beneficios para los habitantes y la aceptación popular, municipios de la región metropolitana de Curitiba han firmado convenios con la municipalidad para implementar unidades de almacén familiar en sus territorios.

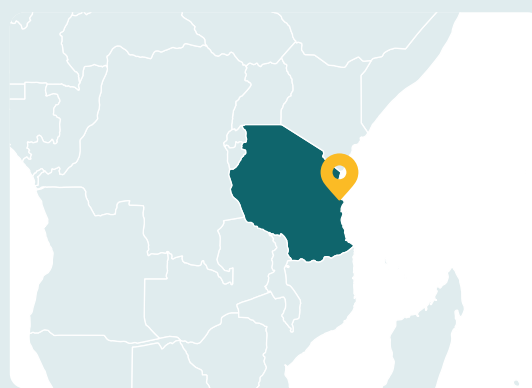


Dar es Salaam, Tanzania

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Los alimentos se venden a través de canales directos del agricultor al consumidor, a los supermercados y a través de intermediarios que facilitan las ventas en los mercados locales. Hay 13 mercados públicos locales de alimentos bajo el mandato del gobierno de la ciudad, distribuidos en los cinco municipios de la ciudad: Temeke, Ilala, Kinondoni, Ubungu y Kigamboni. Los municipios son supervisados por el ayuntamiento de Dar es Salaam, la oficina del comisionado regional y cada municipio es administrado por un consejo municipal.

La gestión del mercado por parte de los municipios está a cargo de personal designado o contratistas externos que tienen responsabilidades como la recaudación de ingresos y la gestión de residuos. Los concejos municipales tienen la tarea de reinvertir los ingresos del mercado en infraestructura WASH, cumplimiento empresarial y capacitación para pequeños empresarios. Sin embargo, la implementación es inconsistente. Los comerciantes del mercado pagan tarifas diarias o mensuales [56]. La gestión diaria del mercado interno la llevan a cabo comités de mercado, que normalmente están compuestos por comerciantes y propietarios de empresas elegidos del mercado respectivo. Una excepción es el mercado más grande, el mercado de



~8.000.000
habitantes



1.393 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Turismo
- Pesca y recursos marinos
- Comercio y transporte
- Transporte y logística

¿SABÍAS QUE?

Dar es Salaam tiene una población joven y se proyecta que será una de las cinco megaciudades africanas con más de 10 millones de residentes para 2029 [55].

Foto: Mercado de Buguruni. ©GAIN

Kariakoo, en el distrito de Ilala, que está administrado por la Corporación del Mercado de Kariakoo (KMC). La KMC reporta directamente al gobierno central (nacional) a través del Ministerio de Estado para la Oficina del Presidente, Administración Regional y Gobierno Local [57].

Los mercados informales, normalmente ubicados a lo largo de las carreteras y en los semáforos, están compuestos por puestos móviles que permiten a los comerciantes operar sin regulación ni pago de tarifas. Estos son especialmente frecuentes en zonas alejadas de los mercados formales, como el barrio de Kunduchi en el municipio de Kinondoni. Puestos de pequeña escala conocidos como "Genge" también operan en los barrios, vendiendo alimentos frescos a los hogares [57].

RETOS

Dar es Salaam es vulnerable a las inundaciones, el aumento del nivel del mar, la escasez de agua y los brotes de enfermedades [58]. Existe una coordinación limitada entre la ciudad y los diferentes niveles de gobierno, así como con partes interesadas como las universidades locales, que recopilan datos sobre los sistemas alimentarios para abordar el cambio climático y la planificación urbana, incluida la agricultura urbana-periurbana (UPU) [56]. La necesidad de sistemas de drenaje adecuados en los mercados y otros lugares es urgente ya que los sistemas existentes no pueden manejar el volumen de agua de lluvia, lo que provoca inundaciones. La vulnerabilidad se ve incrementada por la ubicación de las viviendas y la agricultura urbana en áreas no zonificadas y no planificadas cerca de los ríos [56]. La falta de infraestructura adecuada y de servicios de gestión de residuos afecta la disponibilidad y accesibilidad de alimentos económicos, seguros y nutritivos en los mercados. El acceso al mercado se ve limitado por un transporte público inadecuado, lo que dificulta aún más la distribución eficiente de alimentos [56].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A nivel nacional, las políticas que rigen los mercados a menudo recaen en el departamento de agricultura, con estipulaciones específicas para el cultivo, el acceso de los agricultores a los mercados, los protocolos posteriores a la cosecha y los requisitos de almacenamiento. Los ejemplos incluyen el Plan Nacional de Agricultura del Ministerio de Seguridad Alimentaria y Cooperativas (2013) [59], que tiene como objetivo apoyar el acceso de los agricultores a los mercados internacionales y locales, así como el Ministerio de Industria, Comercio y Comercialización también administra la Política de Comercialización Agrícola (2008) [60], que tiene una disposición para gestionar la calidad de los productos agrícolas que llegan a los mercados nacionales, regionales e internacionales. Curiosamente, los funcionarios

de extensión agrícola mantienen una estrecha relación de asesoramiento con los productores de alimentos formales e informales de la UPU.

La ciudad está comprometida con los objetivos de los sistemas alimentarios, incluido el apoyo a los pequeños agricultores. Se está avanzando en la formalización de mercados informales ubicados centralmente mediante la introducción de tarjetas de identidad Wamachinga para comerciantes informales. Estos comerciantes formalizados pueden operar sin el riesgo de que la policía les retire sus puestos [61]. A través del Fondo de Acción Climática Inclusiva de la red de ciudades C40, la ciudad está actuando para reducir los residuos orgánicos, especialmente en asentamientos informales, involucrando y capacitando a los trabajadores del sector informal de residuos [62].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La reducción de la pobreza, la mejora de la disponibilidad, el acceso urbano a alimentos seguros y nutritivos, la resiliencia climática, la gestión de tierras y asentamientos son considerados prioridades por la ciudad [56]. Además, el [Consorcio para la Transformación de los Sistemas Alimentarios Urbano-Rurales \(TURFS\)](#) está realizando un estudio exploratorio con la ciudad de Dar es Salaam para informar un plan estratégico urbano escalable hacia un sistema alimentario circular, regenerativo e inteligente desde el punto de vista climático que también sea inclusivo, equitativo y justo [63]. Este estudio se centra en una mejor comprensión de la agricultura local y urbana, supermercados, mercados públicos e informales y la gobernanza, minimiza barreras, destaca oportunidades para la transformación sistémica del entorno alimentario de la ciudad.



Daca Norte, Bangladesh

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La administración de la ciudad de Dacca está dividida en seis corporaciones que dividen la megaciudad, de las cuales la Corporación de la Ciudad de Dacca Norte (DNCC) es una. El mandato administrativo del DNCC cubre 54 distritos en el área norte de Dacca y cuenta con el apoyo de 72 concejales electos y un alcalde. DNCC hace cumplir las regulaciones municipales alineadas con las políticas nacionales sobre seguridad alimentaria, gestión de residuos, conducta de los comerciantes, administra más de 130 mercados de alimentos frescos en toda su área administrativa, que van desde grandes estructuras de mercado propiedad del gobierno hasta espacios más pequeños administrados de forma privada.

La gobernanza de los mercados de productos frescos en DNCC implica esfuerzos coordinados del departamento de salud y autoridad de seguridad alimentaria, que juntos forman un Grupo de Trabajo Técnico (TWG, en inglés). Los mercados suelen ser administrados por comités integrados por comerciantes, autoridades municipales y, a veces, representantes de la sociedad civil, responsables de supervisar operaciones diarias, higiene, seguridad de los alimentos y mediar conflictos. En DNCC, Karwan



5.990.723 (2022)
habitantes [64]



197 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES [64]

- Comercio minorista
- Industrias de servicios
- Procesamiento de alimentos

¿SABÍAS QUE?

El “Kacha Bazar” de Dacca es un punto de encuentro diario donde casi el 85% de los residentes compran alimentos frescos, productos agrícolas, carne y pescado. Mercados vibrantes como este bazar anclan el suministro y la distribución de alimentos de la ciudad y, al mismo tiempo, sirven como centros sociales que fomentan los medios de vida de la comunidad [65, 66].

Foto: Karwan Bazar. ©GAIN Bangladesh

Bazar se destaca como un importante centro mayorista de alimentos que opera dentro de un espacio aproximado de 8 hectáreas que comprende 1.789 tiendas permanentes y 180 temporales que generan ingresos diarios sustanciales [64].

RETOS

El panorama del mercado de alimentos frescos de Dacca enfrenta desafíos importantes, incluido el acceso desigual a los mercados, con varios mercados ubicados relativamente lejos de barrios de bajos ingresos, además de estar limitados en los servicios básicos que brindan. Alrededor del 40% de los mercados no tienen baños, y entre los que sí los tienen, solo el 7%

ofrece instalaciones separadas para hombres y mujeres. Las deficiencias en infraestructura y servicios, como estructuras obsoletas, residuos no gestionados y medidas de seguridad contra incendios inadecuadas, minan aún más la funcionalidad, la seguridad y la fiabilidad de estos espacios públicos esenciales. [67].

En particular, las condiciones ambientales como la temporada de los monzones provocan sobresaturación periódica en los mercados y sus alrededores que carecen de drenaje, congestiones viales vinculadas a la expansión de las operaciones de los comerciantes en las calles agravan aún más los desafíos. En términos de inclusión social, las voces de los consumidores, mujeres emprendedoras y grupos marginados, a menudo quedan excluidos de procesos de toma de decisiones y gobernanza, lo que conduce a una falta de rendición de cuentas. También se producen distorsiones del mercado a través de las operaciones de agentes que suelen vincular a los agricultores con los comerciantes del mercado.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Las alianzas entre el gobierno y organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y GAIN, financiadas por donantes internacionales, han apoyado la inversión en mejoras de la infraestructura del mercado y el establecimiento de una plataforma de gobernanza participativa. Una iniciativa emblemática es el Programa de Afiliación de Proveedores y Consumidores, que facilita feedback de las partes interesadas a través de diálogos, encuestas y foros públicos. Las mejoras de infraestructura en el marco de la iniciativa Model Market Upgrades (Actualizaciones del Mercado Modelo) introdujeron nuevas instalaciones de saneamiento, sistemas de drenaje, contenedores de basura, puestos reconfigurados e iluminación, que se pusieron a prueba en los mercados de Mohakhali y Mohammadpur Town Hall. Además, el programa de afiliación de proveedores y consumidores ha creado foros regulares para la

comunicación transparente entre proveedores, consumidores y funcionarios municipales para desarrollar soluciones en conjunto. Las campañas de seguridad alimentaria brindaron capacitación en higiene, capacitación en gestión de residuos y concientización sobre salud pública durante la COVID-19, mientras que las políticas inclusivas de género promovieron la integración de las mujeres en las estructuras de toma de decisiones y ampliaron instalaciones más seguras y segregadas por género [68, 69]. La planificación estratégica para dar forma a las intervenciones para sistemas de mercado inclusivos, resilientes y seguros también se basó en evidencia de la [Agenda Alimentaria de Daca 2041](#), un documento de recursos y visión a largo plazo creado conjuntamente para la formulación, y planificación de políticas. La FAO, en asociación con el DNCC, también ha liderado proyectos de renovación y modernización de mercados, licitando actualizaciones en 2023 para los mercados Mohammadpur Town Hall y Mohakhali para mejorar infraestructuras, saneamiento, comodidad de los usuarios y seguridad alimentaria [67]. Sin embargo, el éxito sostenido depende del compromiso político constante y de la capacidad del DNCC de asignar el presupuesto anual para el mantenimiento de la infraestructura mejorada en nuevos mercados más allá de la vida útil del proyecto. En paralelo, la iniciativa de mercados de agricultores de barrio se puso a prueba en el marco del proyecto Sistema Alimentario de Daca (DFS) de la FAO en el Distrito 6 del DNCC y está previsto ampliarla a cinco sitios más en Daca Norte, en colaboración con la Embajada del Reino de los Países Bajos, Work for a Better Bangladesh Trust y el Departamento de Extensión Agrícola. Estos mercados vecinales tienen como objetivo empoderar a los agricultores con un acceso más justo al mercado, mejorar la seguridad alimentaria y entregar productos seguros y nutritivos a los consumidores.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

El proyecto de mercado piloto en DNCC refleja mejoras en infraestructura, higiene, seguridad, satisfacción del consumidor y acceso a productos frescos. La gestión de residuos se volvió más eficiente, mientras que las mejoras de infraestructura redujeron los impactos de las inundaciones estacionales. La evaluación piloto de las mejoras del mercado de productos frescos del DNCC demostró que el 34% de los mercados adoptaron técnicas de reducción de pérdida y desperdicio de alimentos [70]. Las reformas de infraestructura y políticas con perspectiva de género impulsaron una mejor participación de las mujeres en la gobernanza y actividades económicas. Agricultores y consumidores obtuvieron acceso directo, lo que redujo la dependencia de los agentes.

El Programa de Afiliación de Proveedores y Consumidores mejoró la transparencia y la confianza mutua entre los actores del mercado, y el éxito de estas iniciativas piloto ahora está impulsando su ampliación a otros mercados. Estos logros estuvieron respaldados por un fuerte liderazgo municipal, alianzas sostenidas y un enfoque basado en evidencia que integró consistentemente las voces de la comunidad. En el futuro, el DNCC prevé el desarrollo de mercados mayoristas modernos, uno en Dacca Norte y otro en Dacca Sur, siguiendo el modelo de las instalaciones a gran escala de Beijing, China, diseñadas con infraestructura energética integrada y medidas de alivio del tráfico para abordar la congestión y mejorar la eficiencia de la distribución. [71].

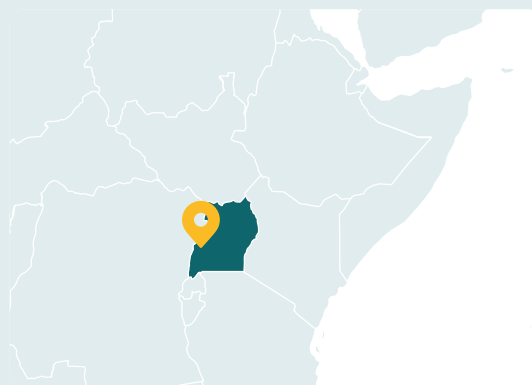


Fort Portal, Uganda

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La Ciudad de Fort Portal, ubicada en el distrito de Kabarole, posee y opera más de siete mercados, que van desde mercados estáticos diarios hasta mercados móviles que rotan por centros comerciales rurales. Todos los mercados dentro de Fort Portal se gestionan públicamente a través de la Oficina Comercial de la Ciudad, la Oficina de Producción y la Oficina de Salud. La supervisión recae tanto en el ala política de la ciudad (alcalde y concejales) como en el ala técnica, dirigida por el secretario municipal.

Las asociaciones desempeñan un papel importante en la mejora de los mercados alimentarios. La ciudad colabora con organizaciones como el centro de investigación y recursos Kabarole (KRC) Uganda, CARE, Rikolto, YAWE y Hivos, entre otras. Con el apoyo de estas organizaciones, formalizadas bajo el [Laboratorio de Sistema Alimentario de Fort Portal](#) [72], la ciudad lanzó el grupo de defensa del consumidor [Coalition of the Willing](#) (Coalición de la Voluntad) [73]. Sus actividades principales incluyen la sensibilización comunitaria sobre nutrición y seguridad alimentaria, demostraciones de cocina para promover recetas indígenas, reuniones trimestrales sobre avances y estrategias de promoción y participación en los comités distritales de coordinación de nutrición. Parte



137.549
habitantes



128.27 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES [64]

- Agricultura
- Comercio
- Turismo

¿SABÍAS QUE?

Fort Portal es una "Ciudad Turística" oficialmente designada, conocida por sus pintorescos lagos de cráter y el patrimonio cultural del Reino de Tooro. La ciudad y sus socios promueven activamente alimentos indígenas como matoke, mijo y maíz como parte de su agenda de nutrición y patrimonio cultural.

Foto: Mercado de Mpanga. ©ICLEI África

del éxito de la Coalición radica en su sólida red de miembros que promueven dietas saludables, diversas y seguras. Entre ellos se encuentran líderes religiosos, autoridades tradicionales del Reino de Tooro, responsables del sector educativo, profesionales de la salud, medios de comunicación, artistas y los grupos de mujeres Orugali, que realizan demostraciones sobre la elaboración de alimentos indígenas ricos en nutrientes en sesiones comunitarias.

RETOS

A pesar de ser un centro agrícola que exporta a ciudades y países vecinos, Fort Portal City tiene una de las tasas de retraso del crecimiento más altas (40,6% de niños menores de cinco años) en la región [74]. Esto se atribuye en gran medida al consumo excesivo de unos pocos cultivos

básicos, más que a una diversidad de productos. Una encuesta realizada por la KRC entre los comerciantes de Rwimi reveló que, en el caso del maíz, solo el 4% se queda en el distrito; el 20% se envía a distritos vecinos, mientras que el 50% tiene como destino Ruanda y el 25% se envía a Tanzania. A pesar de este gran y creciente comercio de alimentos, la ironía es que la población del distrito de Kabarole padece inseguridad alimentaria.

La seguridad alimentaria también supone un reto, ya que es difícil regular el uso de productos químicos nocivos en la producción y venta de productos frescos, como tomates y cebollas. Aunque algunos agricultores practican métodos orgánicos o agroecológicos, sus productos suelen ser ligeramente más caros, lo que limita la demanda entre los consumidores sensibles al precio. En cuanto a la infraestructura del mercado, solo uno cuenta con instalaciones permanentes, como aseos, puntos de agua y sistemas de gestión de residuos. La eliminación de residuos sigue siendo inadecuada, y la basura se acumula a menudo cerca de los puestos. La débil aplicación de las políticas existentes y la limitada infraestructura de la cadena de frío complican aún más la seguridad alimentaria y el almacenamiento.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Fort Portal, junto con KRC Uganda y otros socios, está abordando estos desafíos a través de varias iniciativas. Un hito clave ha sido la elaboración conjunta de una **Ordenanza sobre Seguridad Alimentaria**, que establece directrices claras sobre seguridad alimentaria, manipulación, uso de plaguicidas y prácticas de sacrificio adaptadas al contexto del mercado de Fort Portal. Su éxito radica en el enfoque participativo utilizado durante su desarrollo: Los líderes del mercado, los funcionarios municipales contribuyeron a dar forma a regulaciones prácticas y específicas para el contexto. Este proceso inclusivo generó sentido de apropiación entre los actores, garantizando así que la ordenanza, aunque aún espera su publicación formal, se aplique de

manera informal, mejorando el cumplimiento y sentando las bases para mejoras en la seguridad alimentaria a largo plazo.

Además, la ciudad también integra los sistemas alimentarios en marcos de desarrollo más amplios. El [Plan de Acción de Nutrición del Distrito de Kabarole \(KDNAP\)](#) apoya de manera explícita un enfoque multisectorial de nutrición, reconociendo el rol clave de los influenciadores de la comunidad en la difusión de información nutricional, fomentando el cambio de comportamiento y apoyando la puesta en marcha de la política nacional de nutrición de Uganda a nivel local.

Se apoya a los pequeños agricultores de Fort Portal en la transición a la agroecología. Para mejorar el acceso al mercado, la KRC ha introducido la marca **Rwenzori Fresco** que comercializa hortalizas cultivadas mediante prácticas agroecológicas. Ella se dirige especialmente a los agricultores jóvenes, brindándoles habilidades digitales para comercializar sus productos a través de las redes sociales y otras herramientas en línea.

Y, la ciudad ha cambiado su enfoque sobre la venta callejera de alimentos, reconociendo oficialmente a los comerciantes como contribuyentes vitales al sistema alimentario. Se han registrado los comerciantes, se han mapeado por nombre, ubicación, se han agrupado cerca de instalaciones de agua y saneamiento. A través de un plan de costos compartidos, los comerciantes adquirieron equipos de manipulación de alimentos, como delantales, lo que mejoró la higiene y aumentó la confianza de los clientes. Los comerciantes también se han vinculado con agricultores agroecológicos, garantizando una mejor calidad de los alimentos.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Reunir a comerciantes, agricultores, sociedad civil y formuladores de políticas a través de plataformas como la Coalición de la Voluntad e investigaciones producidas en el lugar ha

garantizado que las políticas dentro de la ciudad, como la Ordenanza de Seguridad Alimentaria, reflejen las realidades locales y obtengan un fuerte apoyo de la comunidad. Cientos de comerciantes ambulantes de alimentos ahora están formalmente reconocidos y conectados a cadenas de suministro de productos agrícolas más seguras. Al mismo tiempo, pueden contribuir con importantes ingresos fiscales cuando se mejoran las condiciones de trabajo. Muchos comerciantes informan un aumento en el número de clientes en ingresos después de mejorar los estándares de higiene y la marca. Si bien convencer a los consumidores

de que paguen un precio justo por productos agroecológicos sigue siendo un desafío, la creación de marca y el marketing dirigido son estrategias prometedoras para cambiar las percepciones. Se está desarrollando una aplicación móvil dedicada a conectar a los agricultores directamente con clientes de alto valor, especialmente hogares con altos ingresos y preocupados por la salud. Fort Portal está comprometida a continuar los esfuerzos en todos los frentes, en todos los sectores, actores de los sistemas alimentarios, fortaleciendo sus mercados de alimentos como centros de alimentos seguros, nutritivos y sostenibles.



Hawassa, Etiopía

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La Política Nacional de Alimentación y Nutrición de 2018 de Etiopía prioriza la seguridad y la calidad de los alimentos en todas las cadenas de valor alimentarias, su puesta en marcha en mercados de alimentos ofrece innumerables beneficios potenciales para seguridad alimentaria, nutrición y economía local. No obstante, garantizar una aplicación consistente, una reglamentación coherente ha demostrado ser un proceso gradual, pues las responsabilidades de supervisión de seguridad alimentaria se comparten entre los Ministerios Nacionales de Salud, Agricultura y Comercio junto con 11 agencias semiautónomas. En Hawassa, el gobierno de la ciudad administra tres mercados de alimentos locales y tradicionales, cada uno de los cuales atiende a diferentes barrios. Los residentes tienden a comprar una o más veces por semana, especialmente en los días designados para el mercado (lunes y jueves), cuando hay más alimentos frescos disponibles y los comerciantes están más activos [77]. Aroge Gebeya, el mercado tradicional más grande y antiguo de Hawassa, desempeña un papel vital en el entorno alimentario de la ciudad y en la economía local. El mercado está oficialmente bajo la supervisión de la oficina del alcalde de la ciudad de Hawassa, con responsabilidades operativas asignadas a la oficina municipal de



441.536 (2023)
habitantes [75]



50 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Textiles
- Pesca
- Turismo

¿SABÍAS QUE?

Fundada en 1952, Hawassa se encuentra a orillas del lago Hawassa, en el Gran Valle del Rift. Antiguamente se llamaba Adare, «campo de ganado» en sidama, lo que refleja la riqueza de las tierras de pastoreo y la abundancia de agua de la zona, que favorecerían el pastoreo y la agricultura [76].

Foto: Mercado de Aroge Gebeya. ©GAIN

desarrollo comercial y de mercado. A su vez, las responsabilidades vinculadas al mercado, como la recaudación de impuestos, la infraestructura del mercado y la aplicación de las normas, corre a cargo de varias autoridades locales, a veces con una coordinación limitada entre ellas.

RETOS

La gobernanza y operaciones del mercado de Aroge Gebeya se ven desafiadas por la fragmentación de la autoridad reguladora, las limitaciones de infraestructura, las barreras a la higiene y seguridad de los alimentos. Las responsabilidades en materia de seguridad alimentaria están divididas entre varios ministerios federales, oficinas regionales y locales, lo que genera mandatos superpuestos, una coordinación débil y una aplicación

inconsistente. Esto incluye el riesgo para la salud humana que supone el almacenamiento deficiente de alimentos secos, frescos y de animales vivos en la zona del mercado.

La deficiente infraestructura del mercado afecta a la calidad de su entorno y limita el acceso a instalaciones y servicios básicos esenciales para la calidad, la higiene y la seguridad alimentarias. Esto incluye caminos sin pavimentar, congestionados, sistemas de drenaje dañados, eliminación inadecuada de desechos, falta de servicios de agua potable y saneamiento. Estos desafíos se ven agravados por la confusión entre la calidad de alimentos, seguridad alimentaria, con suposición de que los productos con aspecto limpio son seguros para comer. Los comerciantes y consumidores tienen un conocimiento limitado de los riesgos de contaminación cruzada, los patógenos transmitidos por los alimentos o las técnicas higiénicas de manipulación de alimentos. Aunque los comerciantes expresan su voluntad de aprender, sus prácticas habituales a menudo difieren de este interés, debido en parte a la falta de infraestructura propicia y de acceso a servicios básicos. Esto último es especialmente cierto en el caso de los comerciantes no registrados, muchos de los cuales son mujeres, que operan sin reconocimiento legal ni acceso a puestos permanentes, servicios que puedan respaldar prácticas de higiene y seguridad alimentaria.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

La adopción de la Política de Alimentación y Nutrición [78], junto con la Estrategia Nacional de Seguridad Alimentaria, Calidad de los Productos Agrícolas Primarios de Etiopía (2024) [79], ilustra un compromiso político, una acción más fuerte en materia de higiene y seguridad alimentaria, incluso con respecto a los entornos alimentarios locales, como los mercados urbanos de alimentos frescos. Abarca la reglamentación, la mejora de los sistemas de vigilancia, el desarrollo de capacidades para las autoridades de inspección, adopción de enfoques basados en el riesgo a lo largo de toda la cadena de valor alimentaria.

La intervención EatSafe (Evidencia y Acción hacia Alimentos Seguros y Nutritivos), llevada a cabo por GAIN en 2022 en el mercado Aroge Gebeya complementó estos compromisos gubernamentales, centrándose en empoderar a los vendedores y consumidores para que adoptaran las mejores prácticas en materia de higiene y seguridad alimentaria. Esto se vio reforzado por los esfuerzos para mejorar la gobernanza del mercado mediante la participación colectiva. El enfoque EatSafe invirtió en formación y comunicaciones basadas en mensajes con resonancia cultural, como la protección de la salud familiar, y los difundió a través de la radio comunitaria, carteles y eventos públicos. Estas comunicaciones tuvieron un impacto especial entre las mujeres, que constituían el 80% de los vendedores y entre el 60% y 70% de los clientes. Paralelamente, se impartió en el mercado una formación flexible, de corta duración y práctica sobre higiene, manipulación y almacenamiento de alimentos, adaptada a las limitaciones de tiempo y recursos de los vendedores. Los vendedores también recibieron materiales de bajo coste, como jabón, desinfectantes, herramientas de purificación de agua y cajas codificadas por colores para facilitar el cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria [80].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Iniciativas como EatSafe en el mercado de alimentos de Aroge Gebeya hicieron que los consumidores comenzaran a usar criterios de seguridad alimentaria para seleccionar comerciantes y productos alimenticios. También participaron más en debates sobre seguridad alimentaria con otras personas y tomaron medidas adicionales en casa para reducir los riesgos. Los comerciantes, a su vez, adoptaron mejores prácticas de manipulación e higiene alimentaria, demostraron más conciencia de su rol para garantizar la seguridad alimentaria e invirtieron en herramientas, capacitación para satisfacer las crecientes expectativas de consumidores, desde la manipulación hasta el almacenamiento y la exhibición de los

alimentos. En última instancia, la creación de entornos alimentarios que ofrezcan alimentos seguros, la calidad está vinculada a la voluntad política a través de políticas y estrategias, así como a iniciativas lideradas por las ciudades y los mercados para empoderar a los gobiernos, las cadenas de valor, y los actores del mercado.

Para abordar las deficiencias en materia de infraestructura y normativa, la iniciativa dio prioridad a la colaboración entre los agentes locales en la gobernanza del mercado y al desarrollo de Planes de Mejora del Mercado. Una mayor conciencia y participación entre

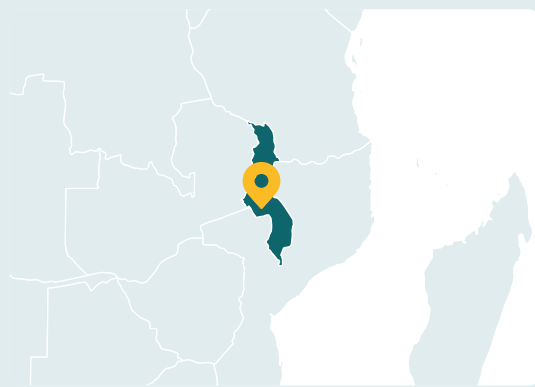
consumidores, comerciantes y autoridades locales sentaron las bases para un cambio a largo plazo liderado de forma local. Se observaron beneficios económicos junto con mejoras en las prácticas de higiene alimentaria, oferta de alimentos seguros, de calidad por parte de los comerciantes, con el consiguiente aumento de la confianza de los consumidores y, en algunos casos, mejores ventas por parte de los comerciantes. Finalmente, las campañas de comunicación demostraron ser más impactantes cuando estaban localizadas, eran culturalmente sensibles y contaban con el apoyo de líderes comunitarios de confianza.



Lilongwe, Malawi

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La ciudad de Lilongwe tiene 27 distritos, divididos en cuatro sectores (Ciudad Vieja, Colina Capital, Kanengo y Lumbadzi). En toda la ciudad hay 43 mercados de propiedad y operación municipal, de los cuales cinco están fuera de la calle, y cada barrio tiene al menos un mercado local. También existen varios mercados informales. Si bien varios ministerios nacionales (Comercio, Salud, Agricultura) participan en el establecimiento de reglamentaciones para gobernar diferentes aspectos del mercado, la gestión diaria está a cargo del Departamento de Comercio e Industria del gobierno local. Cada mercado está supervisado por un jefe o encargado de mercado empleado por dicho departamento, que coopera estrechamente con el Departamento de Salud, que es responsable de la limpieza del mercado, la recolección de residuos, prevención y gestión de enfermedades. El Departamento de Ingeniería, en tanto, es responsable de la iluminación, el control de incendios, la construcción y limpieza de los sistemas de drenaje. Lilongwe tiene dos regulaciones (la Ordenanza de Mercados y Ventas de Lilongwe y la Licencia de Permisos Comerciales del Ayuntamiento de Lilongwe) que permiten a las cooperativas o individuos administrar mercados privados.



989.318
habitantes



393 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Administración pública
- Comercio minorista y mayorista
- Industria ligera
- Transporte
- Banca e industrias relacionadas con el turismo

¿SABÍAS QUE?

Utilizando la técnica de cultivo intercalado, se cultivan alimentos a pequeña escala en la mayoría de los espacios abiertos dentro de la ciudad.

Foto: Mercado de horticultura de Lizulu, Lilongwe. ©Amy Murgatroyd, ICLEI África

RETOS

Uno de los principales desafíos de gobernanza que enfrenta el Ayuntamiento de Lilongwe es la gestión y regulación de los comerciantes ambulantes en la ciudad. Se ha producido un aumento de la venta ambulante en la ciudad, ya que los mercados existentes están en su mayoría abarrotados, lo que interrumpe la prestación del servicio. Además, los comerciantes responden a sus clientes, quienes buscan comodidad y compran productos a lo largo de la carretera en lugar de ingresar a un mercado. Si bien la venta callejera ofrece oportunidades clave de sustento, se considera ilegal según la ordenanza sobre mercados y ventas. Se considera problemático porque compromete la seguridad alimentaria,

causa congestión vial e impacta negativamente los ingresos de los comerciantes ambulantes en los mercados. También existe la percepción de que los comerciantes ambulantes no encajan en la imagen de una ciudad moderna. Esto contribuye a la falta de interés de los inversores por parte de los minoristas comerciales, como la cadena de supermercados Shoprite.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

El ayuntamiento ha adoptado un enfoque de dos niveles para eliminar la venta ambulante. En primer lugar, el Departamento de Comercio e Industria está trabajando con el Departamento de Planificación para zonificar formalmente ciertas áreas al borde de la carretera como “mercados alternativos”, de los cuales se han establecido cinco. Estos mercados están diseñados para dar lugar a los comerciantes ambulantes que buscan una mejor visibilidad y tráfico peatonal. Los mercados alternativos permiten a los comerciantes construir puestos comerciales organizados de forma segura y precisa, siguiendo especificaciones de diseño predefinidas. Los proyectos piloto de mercados alternativos se han establecido en áreas de baja densidad y altos ingresos cerca del supermercado, lo que los convierte en lugares comerciales deseables.

Siempre que es posible, el ayuntamiento de Lilongüe utiliza mercados callejeros para atender a los vendedores ambulantes de forma segura. Sin embargo, la gran cantidad de comerciantes ambulantes plantea un problema. Para frenar la venta ambulante, el ayuntamiento ha creado una fuerza de policía municipal cuya responsabilidad principal es gestionar y controlar la venta ambulante. Esta visión dura no siempre es políticamente favorable, pero se considera una acción necesaria para garantizar la seguridad alimentaria y gestionar la venta de alimentos frescos en la ciudad.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Hasta ahora, los mercados alternativos han demostrado ser exitosos. Los proveedores atendidos están contentos en términos de visibilidad y accesibilidad para los clientes. En su mayoría respetan las pautas de diseño, sus puestos están bien presentados y no bloquean el tráfico. También están registrados en el ayuntamiento y pagan cuotas mensuales.

Sin embargo, existen desafíos, como la falta de infraestructura adecuada para abordar el almacenamiento y la cadena de frío de los alimentos frescos. El atractivo de los puestos también podría mejorarse si los comerciantes tuvieran acceso a más fondos o si el ayuntamiento pudiera construirlos de manera uniforme. Además, la ausencia de instalaciones sanitarias como baños y agua es un inconveniente para los comerciantes, presenta un riesgo para la salud y la seguridad.

Respecto al resto de vendedores ambulantes, el reto sigue siendo incluirlos de forma segura en el sector minorista. Todos los días, los comerciantes son expulsados de la calle por la policía, y todos los días, regresan. Si los comerciantes son atrapados, sus artículos son confiscados y, de acuerdo con la Ordenanza de Mercados y Ventas, la policía está autorizada a disponer de los artículos confiscados. A veces, estas interacciones conducen a la violencia y los vendedores ambulantes tienen muy pocos derechos en esta situación. Si bien los mercados alternativos han sido un éxito, para que los impactos sean visibles, es necesario expandirlos aún más.



Lusaka, Zambia

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La ciudad de Lusaka cuenta con 32 mercados supervisados por el ayuntamiento de Lusaka (LCC), 60 mercados cooperativos independientes en siete distritos electorales y 33 barrios, principalmente en zonas residenciales densamente pobladas, no planificadas y de bajos ingresos. Más del 30% de los alimentos frescos provienen de distritos rurales, productores de alimentos cercanos, lo que mantiene un sector alimentario informal que abastece a alrededor del 80% de la población a través de puestos de mercado, comerciantes ambulantes, callejeros y quioscos [82].

La Ley de Mercados y Estaciones de Autobuses reconoce los mercados establecidos por los ayuntamientos, administrados por gerentes de mercado (para mercados grandes) o maestros de mercado (para mercados pequeños), comités de asesores de mercado y mercados cooperativos independientes gobernados por comités de mercado. Otras leyes relevantes incluyen la Ley de Salud Pública, la Ley de Regulación y Gestión de Residuos Sólidos, la Ley de Seguridad Alimentaria y el Reglamento de Gobiernos Locales (Venta Ambulante y Molestias) (SI N° 12 de 2018).



3.079.964
habitantes



360 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Manufactura comercial
- Servicios financieros
- Transporte/almacenamiento
- Hostelería
- Construcción
- Comercio mayorista/minorista
- Procesamiento de alimentos

¿SABÍAS QUE?

El mercado de alimentos de Soweto, ubicado cerca del distrito comercial central de Lusaka, es el mercado urbano formal más grande de Zambia. Desempeña un rol vital en la distribución de productos frescos a los mercados cooperativos, municipales a través de canales mayoristas y minoristas [81].

Foto: Mercado de Mtendere. ©Amy Murgatroyd, ICLEI África

El Departamento de Vivienda y Servicios Sociales de LCC trabaja con Salud Pública, Planificación, Finanzas y la Compañía de Gestión Integrada de Residuos Sólidos de Lusaka (LISWMC) para supervisar la gestión del mercado. El Ministerio de Gobierno Local y Desarrollo Rural se encarga de la supervisión del consejo. Los mercados operados por el consejo a menudo incluyen asociaciones de productores independientes que ofrecen derechos comerciales e instalaciones de almacenamiento ocasionales.

Para un suministro de agua constante, LCC ofrece servicios de mercado como mantenimiento de infraestructura, gestión de residuos sólidos, iluminación, saneamiento, limpieza y pozos de agua. Los comerciantes pagan tasas de mercado a LCC, que cubren las facturas de servicios públicos. LCC otorga licencias a los propietarios de tiendas cooperativas y los servicios se gestionan mediante la recaudación de impuestos por parte de las cooperativas. El consejo está desarrollando un mecanismo de reparto de impuestos alineado con la Ley de Mercados para recaudar los impuestos de mercado, mientras que las tarifas de gestión de residuos y de bloques de abluciones se compartirán con las cooperativas.

RETOS

Los mercados de Lusaka carecen de infraestructura y servicios adecuados, como instalaciones de almacenamiento. El consejo responde con la modernización de mercados, construyendo instalaciones de varios pisos con financiación del gobierno local y nacional. Con la ayuda de la Unidad de Gestión y Mitigación de Desastres (DMMU), se construyó un mercado de varios pisos en el Distrito Comercial Central (CBD) para reubicar a los comerciantes ambulantes y ampliar el espacio comercial. LCC está utilizando asociaciones público-privadas (APP), inclusive acuerdos de construcción-operación-transferencia para desarrollar mercados y servicios de arrendamiento como instalaciones sanitarias, provisión de almacenamiento, y recientemente aprobó una empresa privada para ofrecer almacenamiento frigorífico con energía solar en un mercado del CBD.

La gestión de residuos sólidos, especialmente el desperdicio de alimentos, es un desafío importante: se desperdicia el 38% de los productos frescos del mercado. En 2018, LCC estableció LISWMC para gestionar los residuos sólidos, aplicando el principio de que quien contamina paga para responsabilizar a los proveedores de sus residuos. El ayuntamiento

colabora con entidades privadas para implementar la separación de residuos en los mercados. Con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón, el vertedero de Chunga se transformó en una instalación bien administrada donde se procesan y reutilizan los desechos.

La competencia entre comerciantes, establecimientos comerciales y tiendas particulares exagera la venta callejera, un problema político complejo. Sin embargo, a través de la asociación de comerciantes se está trabajando para que los comerciantes ambulantes se reubiquen en áreas designadas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

La Ley de Mercados y la legislación relacionada garantizan unos mercados bien gestionados regulando el comportamiento de los comerciantes. La SI de 2018 que prohibió la venta ambulante e impulsó sanciones es fundamental para abordar esta cuestión, promover el comercio en mercados designados y la seguridad alimentaria. El diálogo del consejo con el sector informal representa un enfoque mejorado. La creación de LISWMC en 2018 para supervisar las funciones de residuos sólidos, inclusive la contratación con el sector privado, la introducción de biodigestores en algunos mercados, está mejorando significativamente la gestión de residuos. Además, la campaña del Gobierno "Hagamos de Zambia Limpia, Verde y Saludable" exige a los comerciantes limpiar los mercados el último sábado de cada mes. Iniciativas como la Iniciativa de Seguridad Alimentaria de Lusaka 2020 y el Consejo de Política Alimentaria de Lusaka, liderado por la oficina del alcalde, promueven un enfoque colaborativo para mejorar un sistema alimentario integrado.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Regular mercados y mejorar infraestructuras, condiciones sanitarias, seguridad alimentaria son pasos cruciales que requieren el cumplimiento, responsabilidad de comerciantes y consumidores.

Rediseñar los sistemas alimentarios basándose en los principios de la economía circular es esencial para abordar de manera eficaz el desperdicio de alimentos. Las asociaciones público-privadas prometen mejorar sustancialmente los entornos de mercado. Las mejoras de gobernanza también implicarán regular a los intermediarios del mercado que influyen en los precios de los alimentos.

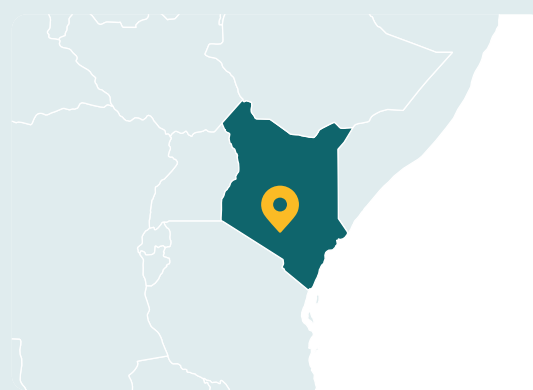
Los principales impulsores del cambio son el fortalecimiento del compromiso político, mejora de la capacidad del consejo para regular y administrar el mercado, sensibilidad de los comerciantes, consumidores y el fomento de las asociaciones.



Machakos, Kenia

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

En Machakos, la gestión del mercado es mandato del Departamento de Comercio, Industria, Turismo e Innovación del Condado. Esto incluye la recaudación de ingresos, garantizar que las balanzas estén calibradas y supervisar las elecciones de los comités de mercado constituidos por los comerciantes. El gerente del mercado recauda tarifas todos los días, así como funcionarios de ingresos del Departamento de Comercio mediante unidades manuales de tecnología digital y códigos numéricos exclusivos del vendedor. Los mandatos de otros departamentos del condado se cruzan con las operaciones del mercado. La unidad descentralizada cuenta con una dirección de gestión de residuos encargada de la recolección de residuos del mercado y de servicios de inspección para garantizar la seguridad. El departamento de agua, irrigación, medio ambiente, saneamiento y cambio climático proporciona infraestructura, servicios WASH, mientras que el Departamento de Agricultura, Seguridad Alimentaria y Desarrollo Cooperativo se centra en la formulación, implementación, seguimiento de la legislación, reglamentaciones, políticas agrícolas que influyen en el suministro, calidad y accesibilidad a los alimentos. Bajo el departamento de salud, el mandato de salud pública cubre la salud y la



250.000 [83, 84]
habitantes



307 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura
- Actividades manufactureras e industriales
- Comercio
- Turismo
- Transporte y logística

¿SABÍAS QUE?

Los mercados de alimentos tradicionales de Machakos prosperan gracias a productos frescos de los condados vecinos, incluido Kiambu que es rico en agricultura, e incluso a través del comercio transfronterizo con Tanzania [85].

Foto: Mercado Marikiti. ©GAIN

seguridad de los mercados y el cumplimiento supervisado por los inspectores. El mandato de nutrición bajo este departamento supervisa las campañas de mensajes, educación que tienen como objetivo influir en los mercados y el entorno alimentario más amplio [83].

RETOS

El clima cálido y árido, la dependencia de largas cadenas de suministro de alimentos, la doble imposición de los alimentos a medida que se transportan a través de los límites de los condados presentan desafíos para los mercados locales, por ejemplo, a la hora de mantener la disponibilidad durante todo el año de frutas, verduras frescas y seguras [86]. Esto tiene un efecto en cadena sobre los precios y el volumen

de alimentos perdidos en el camino hacia los mercados. A menudo faltan infraestructuras, como techos, superficies elevadas para los puestos, cámaras frigoríficas e instalaciones sanitarias adecuadas para hombres y mujeres, y la prestación de servicios básicos, como vaciar los contenedores de basura de los mercados y el agua, no es confiable [86]. Estas inversiones se enfrentan a la falta de confianza de los inversores, que suelen basarse en modelos clásicos de rentabilidad, rentabilidad y riesgo que no se adaptan a los mercados alimentarios locales y tradicionales administrados por el poder público.

La ausencia de un mecanismo sólido de coordinación intergubernamental crea desafíos para la transformación de los sistemas alimentarios liderados localmente. Esto afecta el papel de los mercados administrados por el poder público como centros de transformación, limita la inversión en infraestructura de mercado, obstaculiza el desarrollo de capacidades de participación de los proveedores y comités de mercado como socios clave. Según los actores del mercado, la coordinación insuficiente entre los gobiernos de condados, comités de mercado y comerciantes, así como la gobernanza a nivel nacional y de condado, genera ineficiencias, incluidos proyectos de diseño de mercados superpuestos y responsabilidades poco claras [86].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

La guía de desarrollo y gestión de mercados tiene como objetivo estandarizar el desarrollo de los mercados en Kenia con directrices para la planificación, el diseño y la gestión [87]. La responsabilidad de los sistemas alimentarios ha sido transferida a los gobiernos de los condados a través de la Ley de Gobiernos de los Condados (2012). El condado de Machakos ha promulgado varias leyes, incluida la Ley de seguridad alimentaria (2022), la Ley de mercados y puestos públicos del condado de Machakos (2016), que designa áreas de operación de comerciantes y estructuras de gobernanza del mercado [88].

El condado de Machakos colabora con el sector privado local y global, organizaciones no gubernamentales y socios de investigación para apoyar mejor la transformación de sus sistemas alimentarios. Desde 2020, el condado ha trabajado con GAIN y Marikiti Market en la ciudad de Machakos para diseñar en conjunto un plan de acción de mercado de gobernanza inclusiva, mejorar las capacidades de gestión, nutrición, seguridad alimentaria del comité del condado, del mercado y de los comerciantes. Esta colaboración ha invertido en mejoras incrementales de infraestructura, comenzando con instalaciones WASH y luego expandiéndose a techos y una cámara frigorífica de doble energía, principalmente para almacenar las existencias de verduras de los comerciantes.

Gracias a GAIN, las partes interesadas del condado y del mercado ahora se benefician de una inversión en infraestructura gradual y sin riesgos, están capacitadas en pensamiento sistémico, nutrición, seguridad alimentaria y reducción de desperdicios, y están aprovechando eficazmente su liderazgo y sus relaciones con el sistema alimentario. En 2024, GAIN conectó aún más a las partes interesadas con otros cuatro gobiernos de condados y mercados a través del taller Kongamano de África subsahariana, organizado conjuntamente por el gobierno de Kenia, para facilitar el intercambio de conocimientos, la creación de redes y la inspiración entre los representantes de los condados junto con socios y donantes.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Reconociendo que la higiene y la seguridad alimentaria son un desafío local y global, el gobierno nacional de Kenia, Nigeria y Bolivia han liderado los esfuerzos para desarrollar las "Directrices para las medidas de control de la higiene alimentaria en los mercados tradicionales" del Codex Alimentarius desde 2022. Estas fueron adoptadas oficialmente en noviembre de 2024. En el futuro, los comités del condado de Machakos y del mercado se centrarán en implementar y poner en funcionamiento estas directrices.



Mbale, Uganda

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

En la ciudad de Mbale, aproximadamente el 90% de la población urbana compra sus productos frescos en mercados de alimentos frescos. La ciudad tiene incluso mercados de propiedad municipal. El Mercado Central de Mbale (MCM, en inglés) es el centro principal donde se agrupan los productos y se venden a pequeños comerciantes o directamente a los consumidores. En las afueras funcionan varios mercados más pequeños, no registrados. Si bien carecen de infraestructura adecuada y de servicios esenciales, desempeñan un papel crucial para garantizar el acceso de los residentes a alimentos frescos.

La gobernanza general de los mercados de alimentos recae en el Ayuntamiento de Mbale (MCC). El Departamento Comercial es el encargado de la operación diaria del mercado dentro del MCC. Al mismo tiempo, el departamento de alimentos es responsable de garantizar que se cumplan los estándares de seguridad alimentaria en el mercado. Cada mercado municipal está administrado por un jefe o encargado del mercado, empleado por el MCC, y un ejecutivo del mercado elegido por los comerciantes cada dos años. En particular, el MCC se ha asociado con Rikolto, Global Consumer Centre (CONSENT) y Food Rights Alliance (FRA) en el programa Good Food for



~650.000
habitantes



518.6 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura
- Turismo
- Comercio

¿SABÍAS QUE?

El 83,6% del territorio de Mbale está dedicado a la agricultura de subsistencia, llevando productos agrícolas frescos directamente a su plato.

Foto: Mercado Central de Mbale. ©Peter Businda, Rikolto

Cities (GF4C), que tiene como objetivo mejorar la infraestructura del mercado y las prácticas de seguridad e higiene alimentaria en el mercado.

RETOS

Uno de los mayores desafíos en la ciudad de Mbale es la pérdida y el desperdicio de alimentos después de la cosecha. Los principales factores de la pérdida de alimentos pueden ser: falta de conciencia sobre prácticas seguras de manipulación de alimentos, malas redes de carreteras, soluciones de transporte inadecuadas, falta de puestos comerciales adecuados y la ausencia de infraestructura de almacenamiento frigorífico. La pérdida de alimentos a lo largo de la cadena de suministro está afectando la seguridad alimentaria en la ciudad, además de impactar directamente los medios de vida de los pequeños agricultores y comerciantes del mercado.

El MCC está adoptando un enfoque de cadena de valor para abordar este desafío. A nivel de los agricultores, brindan servicios de capacitación, extensión para mejorar las habilidades, conocimiento de las prácticas agrícolas modernas, cosecha oportuna, prácticas seguras de manipulación de alimentos y métodos de almacenamiento adecuados. A nivel de mercado, el programa GF4C ha trabajado para codiseñar y construir 70 nuevos puestos comerciales atractivos en el Mercado Central de Mbale que promueven la seguridad y la conservación de los alimentos.

Para mejorar aún más las prácticas de seguridad alimentaria, el programa GF4C facilitó un programa de capacitación en seguridad alimentaria en MCM e invitó a los comerciantes a practicar lo que habían aprendido participando en una competencia. El concurso otorgó premios a los comerciantes en función de higiene personal, limpieza del stand, seguridad del producto, servicio al cliente, higiene del mercado y condiciones sanitarias. Incluso aquellos que no ganaron informaron que disfrutaron participar en la competencia, ya que vieron un aumento en el número de clientes en respuesta a los cambios positivos que habían realizado en sus puestos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Una de las iniciativas más exitosas de MCC, en colaboración con Rikolto, CONSENT y FRA, es el establecimiento del [Consejo de Buena Alimentación \(GFC\)](#) y el [Parlamento de la Buena Alimentación \(GFP\)](#). Estos consejos sirven como mecanismos de consulta, diálogo, coproducción y revisión entre los actores del sistema alimentario. Creados originalmente para abordar la seguridad alimentaria en los mercados, desde entonces han ampliado su alcance para abordar desafíos más amplios relacionados con el mercado.

El GFC está formado por 19 miembros que representan a un conjunto diverso de actores del sistema alimentario, como funcionarios políticos y técnicos del MCC, comerciantes, agricultores, representantes empresariales,

medios de comunicación, investigadores e instituciones culturales. El consejo toma decisiones y elabora planes de acción para intervenciones en el sistema alimentario, que se presentan para su consideración ante el GFP. Una vez implementadas, el consejo revisa las intervenciones mensualmente para evaluar su éxito y adaptar los planes según sea necesario. El progreso se comparte y se discute con el Parlamento para fomentar transparencia, inclusión y rendición de cuentas.

El GFP es una plataforma más amplia de múltiples partes interesadas que consta de más de 70 actores del sistema alimentario, incluidos aquellos que forman parte del consejo. El Parlamento ayuda a fortalecer la coordinación e implementación de intervenciones, compartiendo experiencias y conocimientos, explorando diferentes puntos de vista y creando impulso hacia un objetivo compartido. Todos los procedimientos se transmiten al público a través de los medios de comunicación y el Parlamento publica sus resoluciones en las oficinas pertinentes del MCC para su implementación.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Adoptar un enfoque holístico para abordar seguridad alimentaria mediante la implementación de mejoras de mercado, programas de capacitación, activaciones innovadoras, o sea, competencias celebradas en MCM, que ha demostrado ser eficaz para cambiar la mentalidad de los consumidores y proveedores hacia mejores prácticas de seguridad e higiene alimentaria. Los comerciantes del mercado han experimentado un aumento en las ventas en respuesta a los cambios positivos que han realizado. Con esta aceptación, el comité de gestión del mercado puede regular mejor la seguridad alimentaria. Esta intervención ha demostrado ser realmente exitosa, pues otros comerciantes no beneficiarios han improvisado sus propias mejoras en línea con los puestos beneficiarios, ya que vieron los beneficios para los negocios de los comerciantes.

GFC y GFP han logrado colocar las cuestiones alimentarias urbanas en la agenda de la ciudad, posibilitando debates y toma de decisiones más coordinados. Un resultado clave ha sido el desarrollo de una ordenanza alimentaria destinada a abordar cuestiones de seguridad alimentaria en los

mercados. Además, se establecieron mecanismos de diálogo, rendición de cuentas, a través de estas plataformas, interacciones regulares entre los actores del sistema alimentario que crearon el espacio para una respuesta más unificada a los desafíos del sistema alimentario en la ciudad.



Mérida, Mexico

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Mérida cuenta con 14 mercados municipales administrados por la Subdirección de Mercados Públicos, además de *tianguis*⁶ y mercados temporales supervisados por la Subdirección de mercados especializados en venta ambulante. Las concesiones se otorgan a los locatarios de acuerdo con el Reglamento del Mercado Municipal de Mérida [92], principal instrumento del municipio que regula la prestación de servicios en los mercados públicos y puestos fijos, semifijos o móviles que operan en la vía pública y en edificios públicos. Aunque el municipio tiene autoridad formal sobre la gestión y el funcionamiento de los mercados, en la práctica muchos comerciantes gestionan sus propios espacios, lo que limita el control reglamentario. En línea con los procesos delineados en el Plan Integral de Ordenamiento del Comercio de Mérida, el municipio actualiza periódicamente un registro oficial de comerciantes de mercados y define espacios para nuevos mercados, al tiempo que busca mejorar la eficiencia de los mercados públicos municipales existentes y brindar nuevas opciones para reubicar a los comerciantes que venden en la vía pública.

6 Espacios designados en calles donde se ubican de manera semipermanente comercios que venden alimentos, ropa y otros productos en ciertos días designados por las costumbres y tradiciones de cada localidad.



995.129 [89]
habitantes



874.4 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Comercio
- Construcción
- Industria alimentaria e inmobiliaria [90]

¿SABÍAS QUE?

Mérida es hogar de vestigios de la cultura Maya, una civilización que cuenta con influencia pionera en muchos campos de la ciencia, incluida astronomía, matemáticas y física. La ciudad fue designada Ciudad Creativa de la Gastronomía por la UNESCO en 2019, gracias a su compromiso con la preservación y promoción de su rico patrimonio cultural y culinario [91].

*Foto: Mercado Lucas de Gálvez.
©Municipalidad de Mérida*

RETOS

Los principales desafíos incluyen el deterioro de infraestructuras, falta de recursos y resistencia de algunos locatarios a los procesos regulatorios. Dado que la mayoría de los mercados están ubicados en edificios antiguos, los pisos, las paredes muestran un desgaste significativo, la modernización de nuevos servicios se vuelve difícil, lo que plantea desafíos a los esfuerzos de modernización. La limpieza es otro tema prioritario por su impacto directo en la salud pública, y si bien existen regulaciones

en materia de higiene, éstas requieren una revisión y capacidades dedicadas para una implementación más eficiente. Aunque no es un fenómeno frecuente, los desastres relacionados con el clima, como las tormentas tropicales, también causan daños ocasionales a los mercados, lo que afecta el tejido social de la ciudad, ya que son espacios importantes de encuentro e intercambio de personas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para abordar estos desafíos, la ciudad está implementando dos iniciativas que buscan fortalecer la resiliencia del sistema alimentario de Mérida, promoviendo prácticas responsables con el medio ambiente, conciencia del consumidor a fin de garantizar el acceso equitativo a alimentos nutritivos.

El programa Círculo 47 [93] trabaja para mejorar la sostenibilidad de la agricultura en distritos de Mérida, conectando productores con mercados, dando visibilidad y valor a sus productos, ampliando la producción con la promoción del patrimonio biocultural. Tras haber identificado previamente 17 categorías de producción, que van desde la ganadería y los cultivos hasta la miel, las tortillas y los productos de valor añadido, las iniciativas clave del proyecto incluyen la modernización de las instalaciones municipales para transformarlas en centros alimentarios integrales. La mejora de las infraestructuras beneficia a múltiples actores del mercado. Los productores obtienen mayores ingresos a medida que los productos se vuelven más atractivos para los consumidores, mejora la distribución en toda la península y se amplían las oportunidades de exportación. La iniciativa también abarca programas de capacitación y apoyo logístico para los productores de los 47 distritos del municipio, análisis de mercado en profundidad, y el establecimiento de un marco legal para la conservación del suelo, asegurando que los productores tengan recursos y sistemas necesarios para prosperar en un clima cambiante y un mercado competitivo.

Al mismo tiempo, el municipio fomenta la demanda pública de alimentos frescos de productores locales –en lugar de grandes cadenas minoristas– a través de educación alimentaria, consultas sobre nutrición y prevención de diabetes, campañas de nutrición materna e infantil. Estos son proporcionados por el Centro Municipal de Nutrición y Atención a la Diabetes. Cada programa está dirigido a un público específico, como personas que pueden tener familiares en riesgo, y los formatos varían, desde talleres presenciales y virtuales hasta consultas individuales y charlas comunitarias [94].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Las iniciativas del sistema alimentario están alineadas al Plan Municipal de Desarrollo de Mérida (2024-2027) y al Plan Estatal de Desarrollo (2024-2030). El trabajo del municipio en Círculo 47 ya ha mostrado éxitos en el apoyo a los productores locales y la promoción de cadenas cortas de suministro. Hasta la fecha, Círculo 47 ha facilitado 250 conexiones entre 76 productores, mercados como Slow Food Mérida Norte, Yaaxtal Eco Stores y el Festival Gastronómico Club Sibarita, organizando 47 eventos, celebraciones del Día de las Abejas y ferias agroecológicas con 242 participantes. También ha impulsado la creación del Comité Técnico de Comercio Justo de Mérida, alineado a la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC).

Las prioridades de la ciudad son mejorar la limpieza, la organización y el cumplimiento normativo de los mercados. A través de iniciativas como el Muro Verde en Lucas de Gálvez, el mercado más antiguo y visitado de Mérida, el municipio también pretende mejorar el entorno y la imagen pública de los mercados como centros de cultura, vida social y bienestar.



Osasco, Brasil

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El municipio de Osasco implementa políticas públicas que facilitan el acceso a una alimentación adecuada a través de una variedad de instalaciones e iniciativas, como mercados callejeros, mercado municipal, huertas urbanas y banco de alimentos local. Los mercados callejeros, ferias al aire libre instalados temporalmente a lo largo de las calles públicas, son uno de los principales mecanismos de la ciudad para proporcionar alimentos frescos a la población urbana.

Actualmente, Osasco alberga 54 mercados callejeros distribuidos por su territorio (35 en la Zona Sur, 19 en la Zona Norte). Estos mercados funcionan de martes a domingo, y dos de ellos abren por la noche. Participan aproximadamente 800 comerciantes, 200 de los cuales se dedican exclusivamente a la venta de frutas, verduras y hortalizas. Los mercados generan alrededor de 1 100 empleos directos y 500 indirectos, entre proveedores, transportistas, recolectores de residuos y asistentes informales. Se estima que se atiende a unas 500.000 personas todas las semanas, eso demuestra el papel vital que desempeñan estos mercados en el panorama alimentario de la ciudad. La gestión, mantenimiento y operación de estos espacios



728.615 [95]
habitantes



64.954 km² [96]
superficie

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Indústria
- Serviços

VOCÊ SABIA?

Osasco é conhecida como a “capital do cachorro-quente”, título conquistado graças às suas fortes raízes industriais e à cultura operária, que impulsionaram o surgimento de lanchonetes populares, muitas delas com receitas criativas e generosas que se tornaram tradições locais.

Foto: Bairro Jardim Veloso. ©Fernanda Cazarini

están a cargo del departamento de supervisión y control urbano, dependiente de la Secretaría de Seguridad Pública y Control Urbano.

Además de los mercados callejeros, Osasco tiene el Mercado (Mercado Municipal), situado en el centro de la ciudad. Ubicado en un edificio de aproximadamente 2.200 m², el mercado funciona de lunes a sábado, así como los domingos y festivos con horario reducido. El *Mercadão* es un centro clave de abastecimiento de alimentos en la ciudad, ofreciendo una amplia variedad de artículos como carne, pescado, cereales, semillas, productos lácteos, especias y productos frescos. Cuenta con 25 puestos y emplea a 88 trabajadores, atendiendo a unas 2.800 personas por semana.

RETOS

A pesar de la amplia disponibilidad de alimentos en toda la ciudad, las desigualdades territoriales y socioeconómicas plantean desafíos para garantizar el derecho humano a una alimentación adecuada. En zonas de alta vulnerabilidad social, la presencia de mercados callejeros puede no ser suficiente para garantizar el acceso a una dieta equilibrada, especialmente para las familias de bajos ingresos que a menudo no pueden permitirse comprar productos frescos. En tal sentido, el gobierno municipal reconoce que el abastecimiento de alimentos a través de mercados callejeros debe complementarse con políticas públicas dirigidas a las poblaciones en situación de vulnerabilidad.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Lanzado en 2021, el [Programa Nosso Futuro](#) (Programa Nuestro Futuro) es una iniciativa innovadora que integra múltiples políticas públicas a través de la colaboración intersectorial, ofreciendo apoyo integral y centrado en el ser humano a familias en situación de vulnerabilidad. A través de una tarjeta de asistencia alimentaria con un crédito mensual, la iniciativa brinda autonomía a 32.000 familias, permitiéndoles adquirir alimentos frescos y nutritivos en establecimientos locales y estimulando así la economía local. Además, el programa pretende crear otros cobeneficios al vincular la participación con la asistencia regular a la escuela y los registros de vacunación actualizados para niños y adolescentes. También hay más apoyo disponible a través del banco de alimentos de Osasco, creado para combatir el hambre y prevenir el desperdicio de alimentos. El banco de alimentos recibe donaciones que no cumplen con los estándares comerciales, pero que son seguras para el consumo de distribuidores de productos agrícolas, supermercados y empresas privadas. Los artículos recolectados se redistribuyen a familias en situaciones vulnerables a través de más de 100 organizaciones de la sociedad civil.

El municipio también fomenta la autosuficiencia de sus residentes. La política de agricultura urbana transforma áreas urbanas subutilizadas en espacios productivos a través de prácticas agroecológicas, fomentando el cultivo de frutas, verduras y hortalizas. El programa promueve actividades de capacitación y educación a consumidores, dotación de insumos y asistencia técnica, contribuyendo a seguridad alimentaria, educación ambiental y fortalecimiento de redes comunitarias. Actualmente, están en funcionamiento 21 huertos urbanos en todo el municipio, con una superficie de 26.848 m² y 1.387 huertos, en los que participan 70 agricultores y 280 personas de forma indirecta. En la zona norte de la ciudad se encuentra el *Eixo Verde* (Eje Verde), un corredor productivo que se extiende a lo largo de 8 km.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La integración entre los espacios públicos tradicionales de distribución de alimentos (mercados ambulantes y mercado municipal), políticas sociales implementadas por la Secretaría de Familia, Ciudadanía y Seguridad Alimentaria ha demostrado ser una estrategia eficaz para ampliar el acceso a alimentos saludables, promoviendo la justicia social y la sostenibilidad.

Los mercados callejeros siguen siendo una piedra angular del sistema alimentario de la ciudad, pero su impacto social se amplifica cuando se coordinan con programas que garantizan el acceso para quienes más lo necesitan. La experiencia de la tarjeta de asistencia alimentaria nuestro futuro, por ejemplo, demuestra cómo las transferencias de ingresos enfocadas en alimentos pueden ser una herramienta para el empoderamiento y el desarrollo local. Mientras tanto, el banco de alimentos de Osasco destaca la importancia de políticas públicas que combatan el desperdicio de alimentos y garanticen una distribución equitativa. El Programa de Agricultura Urbana no solo fomenta el cultivo local de alimentos saludables, sino que también crea oportunidades de generación de ingresos al permitir que los agricultores vendan sus

productos directamente dentro de los espacios productivos. El gobierno municipal de Osasco también enfatiza la importancia de la participación social, realizando escucha activa de sus habitantes a través de conferencias y talleres, además de consejos municipales. Este compromiso calificado ha sido esencial para construir políticas públicas

más justas, sensibles a las necesidades reales de la ciudad. Como próximo paso, Osasco busca mejorar aún más la coordinación intersectorial de sus políticas, fortalecer el monitoreo, evaluación de sus programas, con el objetivo de garantizar transparencia, eficiencia y resultados mensurables en la lucha contra la inseguridad alimentaria.



Pemba, Mozambique

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

A nivel nacional, el Ministerio de Agricultura supervisa el suministro y los precios de los alimentos, mientras que el Ministerio de Industria y Comercio desarrolla políticas para apoyar la producción industrial, el comercio y la comercialización agrícola. El Departamento de Seguridad Alimentaria gestiona la cadena de suministro de alimentos [98]. Si bien estos organismos nacionales regulan la disponibilidad y accesibilidad de alimentos, la gestión de mercados de Pemba está a cargo del Departamento de Actividades Económicas Municipales. Las responsabilidades obligatorias incluyen el registro de los mercados públicos, prestación de servicios básicos como WASH, gestión de residuos, el mantenimiento de la infraestructura, cumplimiento de las normas de salud, seguridad alimentaria y regulación de los proveedores [98]. Lo hacen colaborando con otros departamentos, como los de Planificación y Finanzas, Urbanización, Salud, Transporte y Saneamiento.

Los mercados de alimentos locales en Pemba son la principal fuente de alimentos para los residentes urbanos y son importantes centros socioeconómicos [98]. Pemba tiene 12 mercados públicos (formales) y al menos 16 mercados informales [98]. Los mercados informales suelen estar ubicados en los bordes de las carreteras y en



243.295 [97]
habitantes



100 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura y silvicultura
- Pesca
- Transporte y comunicaciones
- Servicios financieros
- Turismo

¿SABÍAS QUE?

En Pemba, 100 comerciantes ambulantes, especialmente los que venden pescado, han recibido [NutriBikes](#), equipados con neveras portátiles para mantener los alimentos frescos durante más tiempo y llegar a más clientes más rápido.

Foto: Comerciante de verduras en el mercado de Alto Gingone. ©GAIN

terrenos baldíos, especialmente en los barrios de Alto Gingone, Josina Machel, Chuiba, Maranganhe, Eduardo Mondlane y Machara. Varias ubicaciones de mercados públicos e informales se cruzan, y algunos comerciantes venden sus productos en espacios formales e informales, dependiendo de la hora del día, la demanda o las necesidades de los comerciantes [98]. Por lo general, las mujeres venden frutas y verduras, mientras que los hombres venden huevos, productos lácteos y alimentos envasados [98].

RETOS

Pemba enfrenta desafíos importantes con respecto a la disponibilidad, acceso a alimentos económicos, seguros y nutritivos para los residentes, así como pérdida y desperdicio de alimentos [98, 99, 100]. Los suelos y otras condiciones de Pemba no son adecuados para la agricultura urbana. Las cadenas de valor alimentario se extienden desde productos frescos capturados en el mar local hasta unas pocas verduras frescas urbanas y locales cultivadas a través de la técnica de hidropónicos y obtenidos a 1 o 2 horas en auto de la ciudad, hasta cadenas de valor más largas que abarcan varias provincias y cruzan fronteras con Zimbabwe y Sudáfrica. Dos supermercados principales y varios mercados de alimentos locales son clave para el acceso a los alimentos y los medios de vida en Pemba. Sin embargo, la gestión del mercado municipal (público) se complica por limitaciones presupuestarias, actividades y responsabilidades administrativas fragmentadas, falta de habilidades de los comerciantes y prácticas desfavorables arraigadas [98]. En los mercados, las instalaciones WASH, los servicios de gestión de residuos y el almacenamiento en frío no están disponibles o son deficientes [98].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Una iniciativa clave es un mercado híbrido, un mercado público de alimentos mayorista y minorista construido en Pemba entre 2023 y 2024, con financiación del gobierno noruego e implementación técnica a cargo de GAIN. Se trata de un diseño novedoso e innovador basado en las mejores prácticas, la orientación de los miembros de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas como SIMAB, los requisitos técnicos, los aportes de codiseño del Municipio de Pemba, los proveedores y otros líderes del mercado de los mercados de la ciudad [101]. El mercado está diseñado para promover un sentido de comunidad y de lugar de comida, como se evidencia en los mercados de toda la ciudad y el país. También tenía como objetivo proporcionar condiciones que incluyeran habilidades, mecanismos de pago financiero,

para hacer accesibles alimentos seguros, diversos y nutritivos, apoyar el mantenimiento continuo de la infraestructura resiliente al clima (incluidas las cámaras frigoríficas), garantizar una gestión sólida, facilitar la eficiencia en las relaciones de los sistemas alimentarios para un mercado resiliente y preparado para el futuro.

El terreno sobre el cual se construyó el mercado es propiedad del municipio y el sitio fue seleccionado con base al Plan de Desarrollo de la ciudad con vistas al crecimiento de la comunidad, transporte público, infraestructura vial, así como las relaciones de distribución con otros mercados locales y comerciantes de última milla. Inaugurado a mediados de 2024, respaldado por contratos, el mercado promete ilustrar cómo un diseño de mercado de este tipo, con y para comunidades de bajos ingresos, puede ser financieramente viable y sólido, incluso si no produce grandes ganancias. También sirve para promover la propiedad local de actividades, como reducción del desperdicio de alimentos, higiene alimentaria, progreso hacia objetivos sociales, de salud, de equidad de género, de medios de vida, de seguridad alimentaria y de bienestar nutricional, al mismo tiempo que es sensible al medio ambiente.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

El gobierno municipal de Pemba ha identificado varios objetivos para mejorar los sistemas alimentarios, incluido el apoyo a las cadenas cortas de suministro de alimentos, el desarrollo de la resiliencia y la reducción del desperdicio de alimentos en los mercados [98]. El municipio está comprometido con la seguridad alimentaria y nutricional, por ejemplo, diseñando regulaciones de zonificación que apuntan a distribuir más equitativamente los mercados en toda la ciudad [98]. También existen políticas ambientales locales que se centran en promover el reciclaje y el uso de materiales ecológicos, mientras que el apoyo financiero y de desarrollo de capacidades para las pequeñas y medianas empresas dentro de los mercados tiene como objetivo ayudar a los comerciantes a mantener y hacer crecer

sus negocios. Los programas de liderazgo implementados por la ciudad ayudan a capacitar gerentes de mercado y comerciantes en las mejores prácticas para la gestión financiera y de mercado, el control de calidad y el servicio al cliente. Los comerciantes también deben tener licencia y estar sujetos a las normas de salud y seguridad alimentaria [98].

Las políticas del gobierno municipal fomentan las asociaciones entre sector público y privado, incluso con organizaciones sin fines de lucro

locales e internacionales. Las asociaciones se basan en acuerdos programáticos voluntarios y basados en incentivos, cuyos beneficios incluyen la provisión de asistencia técnica, capacitación y recursos. Además, bajo el mando del nuevo alcalde recientemente elegido, Pemba pretende revitalizar su red de aprendizaje entre ciudades y de mejores prácticas, así como los beneficios del acceso a los recursos a través del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán, del cual es signatario [45].



Peshawar, Pakistán

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El Gobierno Metropolitano de la Capital Peshawar gobierna la ciudad. Como parte de este órgano de gobierno, las Corporaciones Municipales, que supervisan áreas más pequeñas de la ciudad, son responsables de la regulación de los mercados “formales” (públicos). Esto incluye zonas de ubicación de mercados, permisos de operación de comerciantes, infraestructura y servicios WASH y gestión de residuos sólidos [102]. La gobernanza diaria del mercado está a cargo de comités de mercado que reportan al Gobierno Metropolitano de la Capital. Al igual que en otras partes de Pakistán, los mercados de Peshawar tienden a centrarse en productos específicos. En la actualidad, hay siete mercados públicos principales en Peshawar: mercados de frutas y verduras (Kala Mandi, Chamkani Subzi Mandi y Dalazak Road), mercados de carne y pescado (Hashtnagri, Ghanta Ghar y Chargano Chowk respectivamente) y un mercado de huevos (Firdus) [103]. Aproximadamente un tercio de la ciudad está bajo la jurisdicción de la base militar cercana y, por lo tanto, se gestiona como acantonamiento. Estas áreas tienen estructuras de gobierno separadas, incluidas juntas de acantonamiento compuestas por miembros designados y elegidos. Algunos mercados caen dentro de los límites del acantonamiento [102, 103].



 4,758,763 habitantes

 1,275 km² superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura
- Manufactura
- Procesamiento de alimentos
- Servicios
- Productos farmacéuticos

¿SABÍAS QUE?

Peshawar cuenta con una población dinámica y joven, con un 30% de menores de 15 años. Su rica diversidad cultural continúa creciendo, impulsada por gente de las zonas circundantes y de Afganistán.

Foto: Comerciantes de comida en el mercado de alimentos de Peshawa. ©GAIN

Como es típico en Pakistán, el sector de establecimientos de venta de alimentos de Peshawar es diverso y refleja fuertes preferencias culturales por los tipos de alimentos, formas de venta, así como rutinas de comprar pequeñas cantidades diariamente y cantidades mayores los fines de semana [104]. Los residentes de Peshawar prefieren las dietas basadas en carne, que incluyen principalmente cordero y ternera. La comida se vende en el *Spazi Mandis*, mercados especializados como carnicerías y pequeñas tiendas. Los puestos de mercado suelen ser administrados por sus propietarios, en su mayoría hombres debido a prácticas hereditarias [104, 105]. Los comerciantes informales (sector informal) distribuyen de manera vital alimentos desde mercados urbanos y

periurbanos hasta hogares, a menudo vendiendo directamente a las mujeres y los hogares vulnerables en esta interfaz.

RETOS

La seguridad alimentaria es un desafío que incluye uso de pesticidas por parte de los proveedores, adulteración de la leche, prácticas de manipulación y cumplimiento constante de las normas [104]. La pérdida de alimentos afecta de manera significativa la disponibilidad de frutas y verduras en las largas cadenas de suministro de alimentos. El desperdicio de alimentos en los mercados se debe en gran medida a una infraestructura WASH inadecuada, a la ausencia de instalaciones de almacenamiento frigorífico y a una higiene y manipulación deficientes de los alimentos. Las inconsistencias en la eliminación de residuos sólidos en los mercados exacerban aún más las preocupaciones sobre seguridad alimentaria [104].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Abordar la conciencia sobre WASH y puesta en marcha de prácticas rutinarias asociadas es una piedra angular para lograr la propiedad local de higiene y seguridad alimentaria en lo que respecta a los alimentos en los mercados. Igualmente importante es crear una cultura de conciencia entre comerciantes del mercado y hacer preguntas sobre proveedores, transportistas, incluso si existen desafíos en la aplicación de reglamentaciones sobre el uso tardío de pesticidas y adulteración de la leche. En conjunto, estas medidas pueden tener un efecto beneficioso: reducir el desperdicio de alimentos en mercados y facilitar el acceso a alimentos de calidad, seguros y nutritivos.

La corporación municipal colabora con varios actores a nivel nacional y distrital, inclusive la Autoridad de Normas y Control de Calidad de Pakistán - Peshawar y la Autoridad de Seguridad Alimentaria y Alimentos Halal de Khyber Pakhtunkhwa, que implementa tanto la Ley de Seguridad Alimentaria y Autoridad de Alimentos Halal de Khyber Pakhtunkhwa

(2014) como la Ley de Gobierno Local de Khyber Pakhtunkhwa (2019) [106, 107]. Este último tiene como objetivo mejorar las capacidades locales para proporcionar servicios e infraestructura, incluidos los relacionados con mercados como WASH [103]. El conjunto de herramientas de opciones de políticas de Peshawar, diseñado conjuntamente durante la COVID-19, también ilustra cómo los mercados y el gobierno de Peshawar pueden abordar los desafíos en materia de WASH, higiene, seguridad alimentaria y desperdicio de alimentos [108].

Varias políticas y asociaciones tienen por objeto abordar los objetivos del Gobierno de Peshawar de acortar las cadenas de suministro de alimentos, mejorar la seguridad alimentaria, nutrición y zonificar los mercados. Los sectores se coordinan entre los grupos de alimentos para estabilizar los precios del mercado de alimentos, establecer precios mínimos garantizados y facilitar la asequibilidad. El gobierno federal subvenciona productos básicos, que la Utility Stores Corporation proporciona al público a precios inferiores a los del mercado [103].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

En Peshawar, la implementación de la Ley de Gobiernos Locales (Ley n°. XXV, 2019) [108] fue exitosa en fomentar la gestión inclusiva de sistemas alimentarios que involucra a una diversidad de actores locales, tales como autoridades representativas, reguladores y empresas privadas [108]. La coordinación entre estos actores se considera crucial. El gobierno reconoce que todos los actores necesitan más capacitación en seguridad alimentaria, nutrición, gestión de mercados y se necesitan soluciones de gestión codiseñadas para los mercados de alimentos informales. En Peshawar, redes de distribución de alimentos basadas en organizaciones benéficas como The Saylani Welfare International Trust apoyan con más presencia la seguridad alimentaria y la nutrición de las comunidades vulnerables.



Pittsburgh, Estados Unidos

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La ciudad de Pittsburgh es el núcleo del área metropolitana del gran Pittsburgh, que se extiende por el oeste de Pensilvania y cuenta con casi 2,5 millones de habitantes. Dado que la jurisdicción del gobierno municipal solo se extiende hasta los límites municipales de Pittsburgh, la ciudad se centra en aquellos aspectos sobre los que puede influir directamente, incluida la zonificación, el uso del suelo, la dotación de personal y la programación directa, como el programa [CitiParks Farmers Markets](#), dependiente del Departamento de Parques y Ocio de la ciudad de Pittsburgh. La ciudad coordina todas las operaciones de sus mercados: registro y apoyo a los vendedores, gestión de eventos para atraer visitantes, comunicaciones para dar a conocer toda la oferta del mercado y servicios del mercado (como el compostaje y el intercambio SNAP). Pittsburgh considera que la función de los mercados es «crear una combinación de vendedores que sirva a la comunidad, garantice las mejores posibilidades de éxito financiero para los vendedores y resulte atractiva para los clientes» [110].



302.971 [109]
habitantes



151 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Educación
- Atención médica
- Ciencias biológicas
- Fabricación avanzada
- Servicios financieros
- Tecnología

¿SABÍAS QUE?

Pittsburgh acoge cada año el festival Picklesburgh, que celebra la historia culinaria de la ciudad, que se remonta al siglo XIX, cuando los inmigrantes alemanes y de Europa del Este popularizaron el encurtido como método de conservación.

Foto: El jardín comunitario de la calle Tustin funciona a través del programa Adopt-A-Lot de Pittsburgh. ©Yasmine Baiod

RETOS

La ciudad tiene una jurisdicción algo limitada sobre los mercados de Pittsburgh. De los muchos mercados que actualmente están en funcionamiento, solo cuatro son administrados por la ciudad, mientras que el resto son gestionados de manera privada o por organizaciones sin fines de lucro. No existe una única organización o foro que reúna a los departamentos clave de la ciudad, como urbanización, parques urbanos, mercados administrados por la ciudad, mercados administrados de manera independiente, organizaciones sin fines de lucro, proveedores y comerciantes. Para llenar este vacío, la ciudad

contrató a la World Farmers Markets Coalition (Coalición Mundial de Mercados de Agricultores) en 2019 para desarrollar un conjunto integral de recomendaciones tituladas [Fortalecimiento de los mercados agrícolas de Pittsburgh](#) para mejorar sus mercados públicos. Entre ellas se incluían la contratación de un empleado dedicado exclusivamente a la gestión de los mercados y la ampliación del acceso para los residentes con bajos ingresos (beneficiarios del programa SNAP) a través de la colaboración con el programa [Food Bucks](#), que proporciona USD 2 adicionales para gastar en productos agrícolas por cada USD 5 gastados en cupones de alimentos [111].

Durante la pandemia, la ciudad tomó medidas para reducir la duplicación entre los mercados municipales y los privados, cerrando tres mercados públicos. Hoy en día, Pittsburgh mantiene un equilibrio entre los mercados en los barrios de bajos ingresos y los que operan en zonas de mayores ingresos, donde suelen ser más rentables para los vendedores. El equilibrio entre ambos factores implica invertir en mercados que atraigan a un gran número de residentes y que, al mismo tiempo, sean accesibles a través del transporte público o estén ubicados cerca de comunidades con pocas opciones de venta minorista de alimentos. Para los planificadores urbanos de Pittsburgh, la discusión sobre los mercados de alimentos va más allá de las transacciones: se trata de reimaginar el acceso a la alimentación de forma sostenible y equitativa a largo plazo, ya que los alimentos más saludables suelen tener un precio más alto, lo que dificulta que las personas de bajos ingresos accedan a opciones nutritivas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

El programa [Adopt-A-Lot](#) de Pittsburgh, lanzado en 2015, es un ejemplo clave de cómo la ciudad utiliza soluciones creativas impulsadas por la comunidad para mejorar el acceso a los alimentos y su asequibilidad. El programa surgió en respuesta a la gran cantidad de propiedades vacías y abandonadas de Pittsburgh (estimadas

en alrededor de 30.000 estructuras y lotes en ese momento). Como reconoció el exalcalde William Peduto, “Este problema es simplemente demasiado grande para que la ciudad lo aborde por sí sola” [112]. El programa invita a los residentes y grupos comunitarios a asumir la administración de estos espacios abandonados, ofreciendo alquileres de USD 0 para acceso temporal. En respuesta a la demanda de oportunidades a largo plazo, la ciudad ahora está desarrollando un nuevo programa de agricultura urbana para ampliar las oportunidades de crecimiento en parques, áreas verdes al apoyar al banco de tierras como una vía hacia la propiedad asequible para las comunidades dispuestas a convertir tierras no utilizadas en jardines urbanos productivos [113]. Paralelamente, Just Harvest está trabajando con el gobierno del condado para invertir en su iniciativa Fresh Corners, que trabaja para abastecer las tiendas de barrio con productos económicos y saludables para abordar los desiertos alimentarios de manera más directa.

Pittsburgh reconoció el creciente interés colectivo de sus residentes por la autosostenibilidad y trató de satisfacerlo mediante una cuidadosa coordinación entre los departamentos de la ciudad y una estrecha colaboración con los miembros de la comunidad. El impacto del programa ya es visible. Los primeros participantes, como los [Black Urban Gardeners and Farmers \(BUGS\)](#) y [Granjas Shiloh](#) continúan cultivando productos, ofreciendo alimentos frescos y programas educativos a los residentes de la comunidad, mientras también trabajan para ser dueños de la tierra que cultivan. En proyectos más nuevos como la [Granja Mwanakuche](#) destacan los voluntarios bantúes somalíes, quienes iniciaron la granja en 2017 y han ampliado la variedad de cultivos disponibles, incluso productos que normalmente no se encuentran en los mercados de Pittsburgh. Desde entonces, han establecido una segunda granja en las afueras de los límites de la ciudad, en el condado de Mercer, donde crían pollos y cabras.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La concepción y puesta en práctica de Adopta mucho exigió considerable cooperación e innovación de una amplia gama de actores de la comunidad y una lista exhaustiva de departamentos interesados en los terrenos de la ciudad. El compromiso con estas discusiones complejas permitió al departamento de planificación estandarizar los protocolos de arrendamiento temporal en su [Kit de Lotes Vacantes \(VLTK\)](#), que sirvió efectivamente como precursor de Adopt-A-Lot al establecer los estándares necesarios para agilizar las aprobaciones burocráticas [112]. Para cualquier ciudad que esté considerando una iniciativa similar, esta estandarización inicial, como lo describió el personal de urbanización, “trata

de enfocarse en lo que puede suceder, en lugar de lo que no puede suceder”. Una clara recomendación de Pittsburgh.

Pittsburgh está atravesando su primer proceso de planificación integral y los sistemas alimentarios son una prioridad fundamental. La ciudad espera que el suministro de alimentos frescos comience a originarse más dentro de los límites de la ciudad, incluso desde esos antiguos lotes baldíos. Las Granjas Shiloh, por ejemplo, operan su puesto de venta de productos agrícolas en North Point Breeze, mientras que [Grow Pittsburgh](#) vende sus productos en dos mercados independientes en los barrios a los que sirve [114].



Porto Alegre, Brasil

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La ciudad cuenta con una red de abastecimiento de alimentos diversificada, conformada por mercados agrícolas de diferentes modelos y tamaños, ubicados de forma estratégica para atender a la población. Se trata de 33 ferias modelo gestionadas por la Asociación Viva Feira Modelo, siete mercados de productores gestionados por ASSUMEC, dos mercados de verduras, 24 puestos amarillos, además del Mercado Público Municipal y 8 ferias orgánicas. Aunque menos numerosas, estas ferias han incrementado su relevancia por la calidad y variedad de productos ofrecidos, inclusive con artículos para necesidades dietéticas específicas (por ejemplo, sin gluten), reforzando su papel en la promoción de la salud y la inclusión. En total, son más de 40 ferias convencionales y otros puntos de distribución en la calle, que atraen a unas 50.000 personas por semana. Esta red descentraliza la comercialización de alimentos y facilita el acceso público a productos frescos.

Además de apoyar las ferias y la producción local, la alcaldía promueve eventos que fortalecen la relación entre productores y consumidores, como el FestPoa Rural, que reúne a 7.000 personas durante una semana, y la Feria de la Agricultura Familiar. Otro punto destacado es la tradicional Feria del Pescado, que tiene 245 años



1.332.000
habitantes



496.8 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Servicios
- Comercio
- Salud

¿SABÍAS QUE?

Porto Alegre fue pionera en la creación de su Mercado Público Municipal en 1869 y en la organización de la primera feria agroecológica de Brasil en 1989.

Foto: Mercado Municipal de Porto Alegre. ©Julia Ferreira, Prefeitura Municipal de Porto Alegre

de historia y fue fundada ocho años después de la fundación de la ciudad. En 2025, tras graves inundaciones durante el año anterior, el evento marcó su regreso, superando las expectativas con 535 toneladas de pescado vendidas en cinco días. La feria se realiza en el centro de la ciudad, al sur, y en Restinga, uno de los barrios más poblados del sur de Brasil.

RETOS

En Porto Alegre, productores y comerciantes enfrentan una serie de desafíos constantes. La falta de sucesión generacional está poniendo en riesgo el futuro de la agricultura, mientras que la competencia entre las ferias callejeras tradicionales y las grandes redes de distribución dificulta que los pequeños productores mantengan una ventaja. La transición a prácticas agroecológicas también conlleva costos elevados y muchos agricultores

no cuentan con el apoyo técnico que necesitan para realizar ese cambio con éxito. La logística añade otra capa de dificultad, especialmente para los productos orgánicos, que deben transportarse por separado de otros productos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Los mercados de agricultores, tanto convencionales como orgánicos, han sido regulados como una actividad económica y reconocidos como patrimonio cultural inmaterial. Su valor también se sustenta en la diversidad de modelos disponibles, que van desde los “puestos amarillos” integrados en equipamientos públicos hasta los puntos de venta móviles, recientemente regulados para ampliar el acceso de productores y consumidores a alimentos saludables. Iniciativas como la *Caminos rurales* (Caminos Rurales) aprovechan su mérito, combinando la agricultura y el turismo como estrategia para promover la economía local y la pertenencia comunitaria.

En el ámbito de la producción, el gobierno municipal proporciona insumos, maquinaria y capacitación a todos los productores para mejorar la organización y ampliar el acceso a los mercados, incluida la contratación pública. En 2015, una ley instituyó oficialmente la Transición Agroecológica en Porto Alegre, con el objetivo de apoyar los sistemas de producción orgánicos, agroecológicos con el fin de fortalecer la oferta de alimentos saludables y sostenibles. Además, el plan municipal de desarrollo rural sustentable (2023), gestionado por la Secretaría de Gobierno, Ciudadana y Desarrollo Rural, que promueve financiación, asistencia técnica y servicios a productores rurales, incentivando la agricultura baja en carbono y los sistemas agroforestales. Abarca más de 2.500 hectáreas y beneficia a 197 productores (incluidos 90 agricultores familiares), fortaleciendo el sistema de distribución de productos frescos de la ciudad.

En los últimos dos años, la ciudad ha estado innovando al desarrollar una estrategia integral para abastecer de alimentos producidos a través de sistemas agroforestales a la red escolar municipal. Para abordar las barreras logísticas en las compras públicas, el gobierno de la ciudad

proporcionó un camión refrigerado y apoyó a la organización de productores dentro de una estrategia de gobernanza para prepararlos para un suministro regular. La ciudad también mantiene jardines en varios equipamientos públicos, como centros de referencia de asistencia social, escuelas y otros espacios. En 2024, combinó tradición y sostenibilidad con la implementación de huertos agroforestales comunitarios, cuatro en cada una de las 17 regiones de la ciudad.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La ciudad ha adoptado varias estrategias para fortalecer los sistemas alimentarios locales y las políticas públicas. De acuerdo con la Secretaría de Desarrollo Económico, Turismo y Eventos, una estrategia efectiva ha sido la realización de ferias en plazas y parques, alineando la oferta de alimentos saludables con los hábitos cotidianos de los habitantes que ya utilizan estos espacios. La participación de la comunidad también ha sido fundamental para el éxito de los huertos agroforestales, donde las inversiones se centran no solo en establecer los huertos sino también en su mantenimiento y sostenibilidad a largo plazo. Para tal fin, la ciudad contrató a un agente comunitario y se asoció con organizaciones de la sociedad civil para brindar capacitación sobre sistemas agroforestales, y la elección de las ubicaciones de los huertos a través del Presupuesto Participativo garantizó que la participación de la comunidad se incorporara desde el principio. Al mismo tiempo, la participación en la cadena de suministro escolar municipal se ha ampliado significativamente: el número de productores aumentó de 6 a 27 en solo dos años, aunque la logística sigue siendo un desafío importante para los pequeños agricultores. Estas iniciativas ilustran cómo la integración de las redes alimentarias con sectores como salud, educación amplía el alcance de las políticas públicas, mientras que una mejor coordinación, mejores prácticas compartidas, asociaciones entre actores públicos y privados fortalecen la gobernanza y generan una conciencia más amplia en torno a prácticas alimentarias más saludables.



Quezon City, Filipinas

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Ciudad Quezon (QC) opera ocho mercados públicos diarios que venden productos secos, productos agrícolas, alimentos preparados, con máxima actividad en las primeras horas debido a las entregas desde los principales puntos de suministro, como los mercados mayoristas de Balintawak y Q-Mart. A pesar de su ubicación descentralizada, todos los mercados están bajo la supervisión directa del gobierno local, responsable de los permisos comerciales, operaciones del mercado, mantenimiento de la infraestructura y aplicación de las normas sanitarias. Los actores clave incluyen el Departamento de Desarrollo y Administración del Mercado, además de los jefes de mercado y personal administrativo, a menudo destinados en el lugar, que gestionan las cuestiones cotidianas. En algunos mercados se ha implementado un modelo de “ventanilla única” para agilizar los procesos de permisos y cumplimiento. La colaboración interdepartamental es visible, especialmente entre los equipos técnicos, de saneamiento y de compostaje.

Si bien no hay presencia de empresas privadas en la gestión del mercado de la ciudad, poco a poco se van explorando alianzas con asociaciones locales y otros sectores. Actualmente, la ciudad trabaja en colaboración con asociaciones de comerciantes,



3.318.641 (2025)
habitantes[115]



161.11 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES [117]

- Comercio al por mayor y al por menor
- Manufacturas
- Construcciones
- Servicios administrativos y de apoyo
- Alojamiento y alimentación

¿SABÍAS QUE?

Quezon City is the largest of Metro Manila's 17 cities and municipalities, accounting for nearly one-quarter of the region's land area [116].

Foto: Dos mujeres compran verduras en el Mercado Público Proyecto 4 en Ciudad Quezon el lunes. ©Claudia Isabella Ragandap/ICLEI Sudeste Asiático

como la Federación de comerciantes de Mercado, que incluye a más de 300 miembros de ocho mercados. Estas asociaciones desempeñan un papel activo en la resolución de problemas de los proveedores, como disputas de alquiler, saneamiento y necesidades de infraestructura. Las reuniones mensuales de coordinación entre la asociación y las oficinas de la Unidad de Gobierno Local (UGL) garantizan feedback y capacidad de respuesta continuas.

RETOS

A pesar de los esfuerzos constantes de la ciudad por mejorar sus mercados públicos a través de diversos programas y mejoras de infraestructura, estos siguen siendo desiguales entre los mercados, dado que el acceso a la

asistencia para subsistencia aún está limitado por estrictos requisitos de elegibilidad. La Igualdad de Género e Inclusión Social (GESI) sigue siendo una brecha crítica. Según la Presidenta de la Federación de Comerciantes del Mercado, muchas mujeres comerciantes de edad avanzada siguen enfrentando barreras para acceder a oportunidades de subsistencia formales. Estos desafíos incluyen el acceso limitado al capital, la capacitación técnica inadecuada y la falta de representación en la toma de decisiones relacionadas con el mercado. La digitalización también ha introducido nuevos desafíos, en particular para los vendedores más antiguos, que están menos familiarizados con los sistemas de pago sin efectivo. Además, la infraestructura inadecuada, como instalaciones no funcionales para personas con discapacidad y techos con goteras, sigue afectando tanto a vendedores como consumidores, lo que limita aún más la participación plena en el sistema de mercado de la ciudad.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para abordar las barreras para la inclusión, Ciudad Quezon ha implementado varias políticas e iniciativas, como el programa [Alegría de la Agricultura Urbana](#). El programa involucra activamente a personas mayores, personas con discapacidad y otros miembros de la comunidad en la agricultura urbana, ofreciendo beneficios tanto de subsistencia como de bienestar. También les proporcionó kits de inicio, capacitación técnica, permitiéndoles cultivar y vender sus productos directamente en los mercados públicos. Esta integración no solo mejora los medios de vida sino que también promueve la visibilidad y participación social [118].

Las actualizaciones de la infraestructura digital, física y blanda también son clave en el enfoque de Quezon para lograr que los mercados sean más inclusivos. La ciudad ha introducido opciones de pago digital, como PalengQR, para ayudar a modernizar las operaciones de los comerciantes y fomentar una participación más

amplia, especialmente entre los empresarios más jóvenes. Además, la ciudad lanzó [Quioscos de servicios electrónicos](#) donde los residentes pueden acceder a servicios como la Ventanilla Única para Negocios, identificación ciudadana, registro de vacunación, permisos ocupacionales y de salud, pago de impuestos sobre la propiedad inmobiliaria, identificaciones para personas en situación de discapacidad y asuntos de la tercera edad. Actualmente, la ciudad está realizando mejoras de infraestructura clave en sus mercados públicos, como la instalación de baños accesibles para personas en situación de discapacidad y el mantenimiento de instalaciones de compostaje. En apoyo de comunidades más saludables, la ciudad está promoviendo asociaciones bajo el programa [Política de Adquisición Pública de Alimentos Saludables \(HPFP\)](#) para fomentar el abastecimiento de alimentos nutritivos. Para apoyar a los comerciantes locales, Quezon lanzó la [Escuela de Negocios de Comerciantes](#), donde los participantes asistieron a sesiones grupales para fortalecer sus conocimientos y habilidades empresariales. Además, la UGL celebra reuniones semanales periódicas con los comerciantes para fomentar la colaboración y garantizar que sus preocupaciones se escuchen y aborden [119].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Las iniciativas de Ciudad Quezon para mejorar su sistema de mercado público han mostrado pasos alentadores en la integración de Igualdad de Género e Inclusión Social. El programa Alegría de la Agricultura Urbana, en particular, ha involucrado a una amplia gama de actores que han encontrado oportunidades en la producción de alimentos, compostaje y microempresa. Los agricultores de edad avanzada y las mujeres que se dedican al compostaje destacaron que su participación en el programa había beneficiado su salud, sus ingresos y su autoestima. El acceso a terrenos urbanos, herramientas para el compostaje y formación en propagación de semillas les permitió contribuir de manera significativa a las actividades agrícolas y comerciales cerca de sus hogares.

Los esfuerzos del Gobierno de la Ciudad Quezon por mejorar sus mercados públicos constituyen un sólido ejemplo de buena gobernanza, compromiso político, que han llevado a logros concretos como el establecimiento de programas de compostaje, instalaciones accesibles para personas con discapacidad y consultas periódicas con los proveedores. Estos éxitos se atribuyen en gran medida al apoyo político e institucional a la inclusión, a la clara coordinación entre departamentos y a la apertura de la ciudad a feedbacks de la comunidad. De cara al futuro, es fundamental incorporar la igualdad de género y la inclusión social en todas

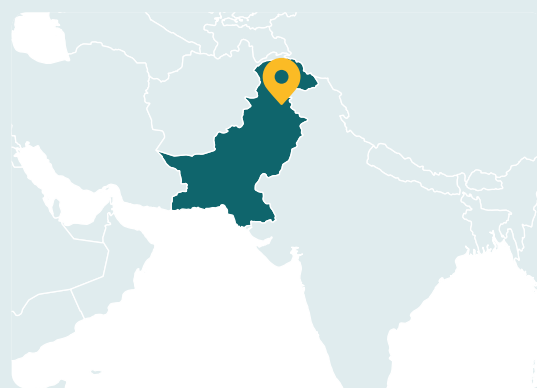
las etapas de la planificación e implementación del programa. Esto incluye desarrollar un apoyo a los medios de vida que respondan a la GESI, desarrollar indicadores de desempeño claros y evaluar regularmente los resultados, e invertir en herramientas digitales y desarrollo de capacidades para mujeres, jóvenes y adultos mayores. La recopilación de datos desagregados y el establecimiento de puntos focales de la GESI dentro de las organizaciones locales también pueden ayudar a garantizar que los programas no solo lleguen, sino que también consideren, a los grupos más vulnerables y subrepresentados en los sistemas alimentarios y de mercado de la ciudad.



Rawalpindi, Pakistán

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La extensa ciudad de Rawalpindi se encuentra en la provincia pakistaní de Punjab. Su sociedad y su economía están estrechamente entrelazadas con las de la vecina Islamabad, y las urbanizaciones en expansión de Rawalpindi acogen a residentes que trabajan en la capital. Al igual que en el resto de Pakistán, los mercados, desde los grandes sabzi mandis de frutas y verduras hasta los pequeños puestos de comida y los corredores de comida callejera que venden productos frescos, alimentos básicos secos y comidas preparadas, son una parte fundamental de la vida cotidiana. Islamabad y Rawalpindi comparten un sabzi mandi principal. La mayoría de los minoristas, los mayoristas a pequeña escala, los vendedores del mercado y los vendedores ambulantes de comida se abastecen de frutas y verduras en los sabzi mandis de la ciudad, con un centro mayorista adicional en la zona de Rawat, en Rawalpindi. La ciudad también cuenta con un animado mercado de cereales, con cientos de mayoristas que abastecen a gran parte del norte de Punjab y Jaiber Pastunjuá. Las aves de corral, el pescado y otras carnes se venden en mercados privados [124]. Entre las zonas comerciales más conocidas se encuentran Ganj Mandi, Raja Bazar, Liaquat Bagh, Ghauri Town, Commercial Market y Shamsabad.



2.480.000 [120]
habitantes



108 km² [121]
superficie

ECONOMÍA: [122]

- Finanzas
- TI
- Servicios de comunicaciones
- Construcción
- Agricultura
- Turismo

¿SABÍAS QUE?

Los residentes y visitantes pueden disfrutar de una variedad de comidas callejeras locales en el área alrededor de la calle Kartarpura de Rawalpindi. Entre ellos se encuentra el famoso Kala Khan Nihari -un guiso de carne picante elaborado con médula ósea de cocción lenta-, pan naan, pollo tawa asado, especiado y frito, y lassis de yogur de frutas [123].

Foto: Espacio asignado para vendedores ambulantes de comida. ©GAIN 2024

En Rawalpindi, los mercados están gestionados por la administración de la ciudad, cuyos mandatos incluyen la regulación de precios de alimentos, prestación de servicios básicos de electricidad, agua y gestión de residuos. La Autoridad de Desarrollo de Rawalpindi es responsable de varios mandatos, como la inversión en infraestructura de mercado nueva y mejorada. Los comisionados adjuntos, que actúan como jefes de distrito, supervisan todos los mercados a través de un comisionado adjunto asignado que se comunica con los comités de mercado y garantiza el cumplimiento de los marcos regulatorios, incluidos los establecidos por los controladores de precios

y las autoridades de seguridad alimentaria. La oficina de distrito de la Autoridad Alimentaria de Punjab es responsable de hacer cumplir las normas de seguridad alimentaria, mientras que el Gobierno de Punjab ha lanzado un portal en línea en tiempo real (www.amis.pk) para rastrear los precios de los alimentos [124]. El sector privado, que abarca desde grandes empresas hasta micro, pequeñas y medianas empresas, como transportistas, molineros, comisionistas y vendedores de alimentos, desempeña un papel fundamental en la logística diaria y las operaciones del mercado, influyendo en ocasiones de forma indirecta en los precios de las frutas y hortalizas frescas.

RETOS

La gobernanza y la gestión de la diversidad de mercados de alimentos de Rawalpindi enfrentan numerosos desafíos, desde roles administrativos poco claros, superpuestos, infraestructura de mercado limitada, acceso insuficiente a servicios básicos, creciente congestión del tráfico e inestabilidad en los precios de los alimentos. Muchas de las calles de Rawalpindi están repletas de comerciantes ambulantes de alimentos, registrados y no registrados, que venden una variedad de alimentos frescos, bebidas y platos cocinados en carritos móviles o en la calle, donde el gobierno los considera una "invasión". Las congestiones de tráfico plantean un desafío particular, ya que las carreteras alrededor de la ciudad, como las que conducen a los barrios residenciales suburbanos o a la autopista Rawat hacia Islamabad, están llenas de comerciantes ambulantes de comida, que ocupan sectores de terrenos públicos sin uso.

Sibien los comerciantes ambulantes de alimentos, registrados y no registrados, enfrentan estos desafíos, estos últimos son más vulnerables, especialmente a la aplicación desigual de las regulaciones. La asignación de puestos comerciales por parte de la administración dificulta satisfacer la demanda de comerciantes ambulantes de alimentos registrados y no registrados y, de igual manera, no logra satisfacer

la creciente demanda de consumidores urbanos cuyas rutinas diarias a menudo incluyen la compra de alimentos callejeros. Como resultado, la planificación urbana, los permisos para comerciantes ambulantes y las normas de higiene y seguridad alimentaria no alcanzan los objetivos, que incluyen reducir la congestión del tráfico, apoyar a los comerciantes registrados ubicados en áreas designadas oficialmente y facilitar el cumplimiento de las normas de higiene y seguridad alimentaria.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Las calles de comida son una forma innovadora con la que la Autoridad de Desarrollo de Rawalpindi intenta reimaginar la comida callejera para comerciantes y consumidores a través de una mejor planificación, inversión y modernización. Un enfoque cada vez más adoptado por otras ciudades en toda la provincia de Punjab, estas iniciativas tienen como objetivo establecer comida callejera como centros socioculturales, zonas económicas, capturando el valor histórico de la ciudad, brindando lugares deseables de comida, tradición, interacción social y generación de medios de vida. Diseñadas para ser espacios oficiales y organizados donde los comerciantes ambulantes de comida pueden operar en áreas designadas, las calles de comida pueden proporcionar un entorno estructurado que aborda significativamente los desafíos de la mala higiene, la congestión del tráfico y la falta de seguridad comercial vinculada a la venta callejera no regulada. En Rawalpindi, la nueva Kartarpura Food Street en Chandni Chowk es un mercado recién inaugurado, ideal para familias, inspirado en los festivales gastronómicos del Ramadán.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

Hay planes en marcha para ampliar el desarrollo de nuevas calles de alimentos, modernizar los mercados existentes y establecer puntos de interés gastronómico cultural y social para mejorar el panorama alimentario de Rawalpindi. Esto incluye la restauración de Raja Bazaar, un mercado tradicional, y otras zonas históricas

de la ciudad donde están creciendo los mercados locales. Estos planes benefician a los vendedores registrados que pueden permitirse alquilar puestos. Sin embargo, los vendedores no registrados suelen carecer de los recursos y la documentación necesarios para formalizar su situación, lo que les impide acceder a estas oportunidades. Además, si bien el gobierno se esfuerza por regular y formalizar las calles de comida, esto también puede generar una

dependencia de la política gubernamental y potencialmente limitar la autonomía de los comerciantes en comparación con la venta callejera tradicional. Por lo tanto, es necesario desarrollar conjuntamente soluciones para la planificación urbana, la prestación de servicios, la financiación y la legitimidad jurídica con respecto a los comerciantes ambulantes de alimentos no registrados más vulnerables de Rawalpindi.



Recife, Brasil

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

La ciudad de Recife cuenta con 42 unidades de mercado que comprenden ferias, mercados y espacios de ferias. Las ferias tienen calendarios de eventos estacionales, mientras que los espacios de ferias y mercados son espacios permanentes, cerrados donde los comerciantes tienen puestos fijos que funcionan durante todo el año, proporcionando un lugar constante para los productos regionales y la interacción. La gestión, mantenimiento y funcionamiento diario de las ferias y mercados públicos de Recife son responsabilidad de la autoridad municipal CONVIVA Mercados y Ferias (CONVIVA). La autoridad también implementa iniciativas para preservar las prácticas tradicionales al tiempo que integra servicios modernos, garantizando que estos centros sigan siendo relevantes y accesibles para los locales y los visitantes. Como resultado, los mercados de Recife no solo facilitan la venta de bienes, sino que también sirven como vibrantes centros de cultura, preservando y promoviendo el rico patrimonio, tradiciones, gastronomía regionales, al tiempo que fomentan la participación de la comunidad y apoyan las economías locales.



1.488.920
habitantes



218 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Turismo
- Servicios terciarios

¿SABÍAS QUE?

Recife puede considerarse la "capital de los mercados", ya que hay más de 40 espacios que muestran la rica cultura, historia y vibrante gastronomía de la ciudad.

Foto: Mercado de Boa Vista ©Divulgação CONVIVA/PCR

RETOS

Aunque Brasil es uno de los mayores productores de alimentos del mundo, la falta de acceso regular a alimentos adecuados y saludables representa desafíos fundamentales para la construcción de una sociedad más justa y sostenible, un desafío que Recife también enfrenta. El desperdicio de alimentos, especialmente de sólidos orgánicos, sigue siendo elevado debido a la ausencia de políticas eficaces para abordar el problema. Además, la gestión inadecuada de los residuos orgánicos contribuye a un ciclo de desperdicio y a la pérdida de oportunidades de utilización de recursos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

El Proyecto Recolheita, desarrollado por Caisan-la Câmara Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional-, en colaboración con secretarías y órganos del municipio de Recife, pretende afrontar estos desafíos mediante la reutilización de alimentos aún aptos para el consumo y la disposición adecuada de los residuos orgánicos. El objetivo central es combatir el hambre conectando a los donantes con el banco de alimentos de Recife y promoviendo el acceso a alimentos adecuados y saludables. Además, el proyecto busca reducir los residuos y promover el compostaje de los residuos sólidos orgánicos generados en mercados públicos y ferias, transformando estos residuos en valiosos recursos ecológicos. El proyecto piloto, realizado en el Mercado de Encruzilhada, mostró resultados positivos al recolectar 2,2 toneladas de compost entre diciembre y marzo de 2023. Después del procesamiento, se obtuvieron aproximadamente 6 toneladas de compost que fueron utilizadas por la planta de compostaje municipal. Este éxito inicial reforzó la decisión de ampliar el proyecto a otras instalaciones gestionadas por CONVIVA, teniendo como beneficiarios potenciales a personas atendidas por el banco de alimentos de Recife, de la red de asistencia social y aquellas en situación de inseguridad alimentaria y nutricional.

Los mercados públicos de Recife también sirven como puntos de encuentro de la tradición, cultura, gastronomía, vida bohemia y celebraciones que capturan el imaginario colectivo de los residentes de Recife en estos espacios. El mayor patrimonio cultural de la ciudad son los carnavales, conocidos no solo por su carácter multicultural sino también por preservar los bloques líricos y el Frevo de Bloco. Durante el periodo de carnavales, los mercados adquieren aún más protagonismo, albergando eventos descentralizados que atraen a turistas y locales. Esto también ocurre durante la tradicional fiesta de São João, en la región, en junio, cuando los equipamientos gestionados por CONVIVA se suman a la parrilla artística con actuaciones itinerantes

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

En los últimos años se han realizado importantes inversiones en intervenciones estructurales en todas las instalaciones que gestiona la autoridad. Esta inversión incluye la construcción de nuevos espacios para albergar a comerciantes y visitantes, así como remodelaciones que han mejorado las instalaciones existentes, haciéndolas más visibles para residentes, turistas y colaboradores.

A pesar de estas importantes inversiones, es necesario seguir avanzando en diversas áreas para mejorar los espacios públicos. Desde 2021 se promueven convocatorias de compras públicas para establecer alianzas público-privadas que fortalezcan mobiliario, utensilios de servicio, estandarización gráfica, disposición visual en los mercados y ferias de la ciudad. Hoy en día, algunos mercados se han beneficiado de estas iniciativas, garantizando un mejor equipamiento para los titulares de permisos, los visitantes y aliviando al mismo tiempo el presupuesto municipal. La contrapartida para el sector privado es que habrá exclusividad en la exhibición de la marca ganadora.

Se seguirán realizando esfuerzos para fomentar las asociaciones público-privadas, desarrollar ciclos de producción sostenibles, responsables para la reutilización, compostaje de alimentos, lo que aliviará los desafíos de la limpieza urbana e integrará estas iniciativas en las políticas de gestión pública. Además, se seguirá haciendo hincapié en apoyar el espíritu emprendedor de los comerciantes que desde hace mucho tiempo han sido parte integral de los mercados y ferias públicas de la ciudad.



Rourkela, India

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

A través de soluciones inteligentes, Rourkela pretende lograr un entorno alimentario saludable, seguro y sostenible, fortalecido por una sólida infraestructura institucional, social y económica. Rourkela ha logrado avances importantes en varias iniciativas relacionadas con los alimentos, como la remodelación de los mercados para evitar las ventas en situaciones de necesidad por parte de los agricultores, la garantía de la seguridad alimentaria para todos y la promoción de la participación comunitaria en la planificación de intervenciones alimentarias. Además, la ciudad ha mejorado la nutrición de la primera infancia y ha rediseñado la infraestructura alimentaria a través del Programa Purnanjalí. La Corporación Municipal de Rourkela (RMC) desempeña un papel crucial en la gestión del mercado de alimentos de la ciudad [126].

RETOS

Los mercados de alimentos frescos de Rourkela enfrentan desafíos importantes debido a las inadecuadas instalaciones de almacenamiento de verduras. Esto ha dado lugar a altas tasas de desperdicio de alimentos, con un 34% de frutas y un 44,6% de verduras desperdiciadas anualmente, lo que al mismo tiempo ha alimentado ventas



536.450 [125]
habitantes



259 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura,
- Manufactura,
- Comercio

¿SABÍAS QUE?

Rourkela fue seleccionada para el programa Nurturing Neighbourhoods y ganó el desafío "EatSmart Cities" del Ministerio de Vivienda y Asuntos Urbanos de la India. Ayudó a la ciudad a establecer el enfoque económico para la transformación del sistema alimentario, empoderando a los vendedores ambulantes y a los pequeños agricultores.

Foto: Rourkela Local Action está brindando capacitación para el desarrollo de capacidades de las mujeres sobre el uso y mantenimiento de cámaras frigoríficas. ©Bewin Tom, UNDP

expresivas, contaminación de alimentos y más consumo de agua, energía y suelo para producir la misma cantidad de alimentos, lo que resulta en pérdidas para los agricultores, comerciantes con impactos económicos y ambientales adversos. Una encuesta piloto indicó que el 83% de los agricultores y comerciantes citaron la falta de opciones de almacenamiento como la principal razón de la venta por dificultades. La pandemia de COVID-19 agravó estos problemas de desperdicio de alimentos al reducir la demanda de los consumidores, lo que puso de relieve la necesidad de soluciones eficaces y sostenibles para apoyar el mercado local de alimentos y reducir el desperdicio en la ciudad [127].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para abordar estos desafíos, el RMC -en colaboración con el Departamento de Horticultura del Distrito, ONGs, Organizaciones de Productores Agrícolas y Koel Fresh Pvt Ltd.-, lanzó el proyecto "[E-cool Mandi](#)" en 2021. Esta iniciativa, financiada por Bloomberg Philanthropies y administrada por el PNUD, implicó la instalación de cinco instalaciones de almacenamiento frigorífico descentralizadas basadas en energía solar en varias ubicaciones de mercado, diseñadas para beneficiar a unos 1.650 comerciantes y casi un millón de residentes, con planes de ampliarse a toda la ciudad para 2025. El proyecto comenzó con un piloto en el mercado VSS en Chhend. Los comerciantes pueden almacenar sus productos a un coste mínimo de 0,20 INR por día por kg.

El proyecto también tiene un enfoque de género. Cada e-cool mandi está gestionado por 5 a 7 mujeres, incluidas las operaciones de gestión de inventario digital. Esta iniciativa se inició con una cámara frigorífica de 5 toneladas métricas operada por Maa Tarini Self Help Group con el apoyo de Koel Fresh Pvt. Ltd, una empresa nueva de la ciudad. Posteriormente, otros 4 grupos de autoayuda participaron en el proyecto: Jai Mata Di SHG, Maa Mangala SHG, Sukanya SHG y Binapani SHG, que operan una capacidad total de cámaras frigoríficas de 115 toneladas métricas en la ciudad. Como actividad de apoyo, se creó un programa de Información, Educación y Comunicación (IEC) denominado "[Embajadores de cámaras frigoríficas](#)" con el objetivo de crear conciencia y promover los mercados mayoristas digitales destinados a atender a 1.650 agricultores y pequeños comerciantes. Alrededor de seis vehículos eléctricos están desplegados en la ciudad para distribuir artículos a consumidores e instituciones a granel como hostales, hospitales, hoteles, eventos y otros. Después de implementar la cámara frigorífica, los comerciantes pequeños y marginales que residen en Rourkela vieron un aumento del 10% al 30% en el crecimiento de sus ingresos [128].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

El proyecto "E-cool Mandi" ha reducido significativamente el desperdicio de verduras y ha mejorado las condiciones de vida de los comerciantes. De cara al futuro, el ayuntamiento planea extender el proyecto a todos los mercados de Rourkela, promoviendo aún más la energía limpia a través del "Programa de Solarización de Rourkela".

La introducción de herramientas de almacenamiento refrigerado redujo el desperdicio de productos vegetales, lo que ha provocado una disminución de las ventas en dificultades y aumento de las ganancias de los comerciantes de hasta un 30%. El proyecto ha empoderado a las mujeres al involucrarlas en la gestión del banco de verduras y servicios de entrega en línea, abriendo nuevas oportunidades para obtener medios de vida significativos. El enfoque holístico del ayuntamiento incluye planes a largo plazo para asegurar, enriquecer los medios de vida de los comerciantes pequeños y marginales, crear oportunidades significativas para las federaciones de mujeres en el marco del Programa Misión Shakti. Esto implica capacitación técnica y no técnica, participación de las partes interesadas y la ampliación del proyecto a todos los mercados de Rourkela. Los desafíos iniciales incluyeron la incorporación de proveedores y federaciones de mujeres, que se superaron mediante debates participativos y cocreaciones con las partes interesadas. Demostrar resultados tangibles a través de proyectos piloto fue esencial para lograr el apoyo y la participación de usuarios clave, como agricultores y comerciantes. Sin embargo, al fomentar la confianza mediante debates participativos y demostrar el valor del proyecto mediante iniciativas piloto, el equipo incorporó con éxito a 1.400 comerciantes. La Federación de Mujeres fue crucial en la movilización, utilizando redes locales y enfoques culturalmente sensibles. La experiencia subrayó la necesidad de una comunicación eficaz, la asignación de recursos y el valor de demostrar resultados tangibles para lograr la aceptación de las partes interesada.



Sandhikharka, Nepal

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El municipio de Sandhikharka administra oficialmente el *haat* mercado, que funciona dos veces por semana en dos ubicaciones separadas dentro de la ciudad. El mercado ha experimentado múltiples reubicaciones desde *Khula Manch*, un espacio abierto para reuniones públicas (1988), Bagaincha bajo la sombra de un huerto de mangos (1990) y cerca del Buspark (2011) debido a decisiones de planificación municipal [133]. El Grupo de Producción y Comercialización de Hortalizas (VPMG) actúa como el principal colectivo de agricultores y representa a entre 400 y 500 mujeres productoras de hortalizas en el municipio de Sandhikharka y las zonas rurales cercanas. Esta estructura cooperativa funciona como intermediaria entre los agricultores individuales y las autoridades municipales, aunque opera dentro de marcos de gobernanza informales [134].

RETOS

COVID-19 lockdown resulted in *haat* closure. El confinamiento por COVID-19 tuvo como resultado *haat* cierre a partir de marzo de 2020, lo que provocó que los ingresos de las mujeres agricultoras disminuyeran en casi un 50%, al tiempo que aumentaban sus responsabilidades de cuidado no remuneradas



42.492 (2021)
habitantes [129]



129.4 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES [130]

- Agricultura (hortalizas, maíz, legumbres)
- Ganadería
- Comercio en pequeña escala

¿SABÍAS QUE?

Los martes y jueves, el *haat* (mercado al aire libre) semanal de Sandhikharka conecta a los agricultores rurales con los consumidores urbanos. El *haat* tiene cinco décadas y durante la COVID-19, se vio reforzado gracias a la acción colectiva de las mujeres y la investigación participativa, lo que puso de manifiesto la resiliencia del corredor económico de las colinas medias de Nepal [131, 132].

Foto: Mujeres vendedoras participando activamente en un bazar tradicional de haat. ©Instituto de Estudios Avanzados del Sur de Asia

y su exposición a la violencia de género [135]. Las mujeres enfrentaron desafíos en función de su edad, casta, etnia y nivel de ingresos, entre ellos, movilidad limitada, autoridad restringida para tomar decisiones y acceso inadecuado a servicios financieros formales. A su vez, los intermediarios y comerciantes locales aprovecharon la situación importando verduras de las llanuras de Terai, lo que afectó mucho más la posición de mercado de los productores locales. A pesar de la flexibilización de las restricciones por COVID-19, las autoridades municipales mostraron un interés limitado

en reabrir el mercado, una vacilación que los pequeños agricultores y las mujeres creen que fue influenciada por intermediarios y comerciantes. Incluso después de que el *haat* Bazar reabriera, el mercado continúa funcionando sin cobertizos permanentes ni infraestructura. Las presiones relacionadas con el clima no hacen más que profundizar estas inseguridades, haciendo aún más difícil sostenerse para las empresas agrícolas lideradas por mujeres [133, 135].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

El Southasia Institute of Advanced Studies (SIAS), a través del proyecto de dos años y medio “Coproducción de un ecosistema empresarial resiliente a los impactos para empresas lideradas por mujeres (CREW)”, financiado por IDRC Canadá, implementó una investigación-acción participativa en cinco dominios de resiliencia: social, político, ambiental, económico y tecnológico [135]. El proyecto desarrolló intervenciones integrales que incluyeron sistemas de información empresarial, acceso a tecnología digital, alfabetización financiera, apoyo a la marca y vínculos con plataformas de comercio electrónico para crear empresas lideradas por mujeres y resilientes a las crisis [136]. SIAS facilitó talleres formales que reunieron a representantes del VPMG, funcionarios municipales, investigadores y actores del sector privado para abordar la reapertura del mercado a través de la resolución colaborativa de problemas. Las intervenciones incluyeron la reestructuración ejecutiva del VPMG para aumentar la representación de liderazgo de las mujeres, apoyo específico como transporte gratuito de verduras, extensión a nivel de hogares y campañas en los medios de comunicación masiva a través de radio y televisión.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

El *haat* reabrió en septiembre de 2022 y alcanzó su capacidad operativa completa en enero de 2023. Las mujeres agricultoras lograron mejoras significativas en los precios, ya que la

coliflor se vendió a NPR 70 por kg (USD 0,50), en comparación con los NPR 40 por kg (USD 0,28) que ofrecían los intermediarios [133]. La intervención elevó las voces de las mujeres en foros públicos y en los nodos superiores de las cadenas de valor agrícolas, con el compromiso municipal con la infraestructura de mercado permanente, incluida la asignación de tierras y la construcción de cobertizos. Las mujeres agricultoras recuperaron el acceso directo al mercado, eliminando la dependencia de intermediarios explotadores y mejorando al mismo tiempo las estructuras de gobernanza cooperativa. La iniciativa apoyó a entre 400 y 500 mujeres productoras en los municipios objetivo. La adopción de los resultados de las investigaciones por parte de los gobiernos locales contribuyó a la creación de planes de participación empresarial climáticamente inteligentes y respetuosos con el género, lo que demuestra el potencial de escalabilidad del modelo de ecosistema de apoyo.

A través de la investigación-acción participativa, las mujeres de sectores marginados pudieron compartir sus preocupaciones y experiencias directamente. El enfoque no solo se centró en los medios de vida, sino también en los obstáculos sociales, políticos, ambientales, económicos y tecnológicos que enfrentan en la vida cotidiana. Al unirse bajo el VPMG, las mujeres construyeron una voz colectiva más fuerte para luchar por sus derechos. Las plataformas comunitarias también crearon espacios para el diálogo con la toma de decisiones conjunta, ayudando a que la gobernanza local fuera más inclusiva y receptiva. Un sistema de apoyo integrado combinó asistencia práctica con desarrollo de capacidades creando un ecosistema de mercado resiliente liderado por mujeres. El trabajo de Sandhikharka dentro del proyecto más amplio CREW demuestra que el empoderamiento económico sostenible de las mujeres que requiere una intervención sistemática en múltiples dominios de resiliencia y la investigación participativa sirve como mecanismo crítico para transformar la gobernanza local y los sistemas de mercado.

Además de Sandhikharka, el proyecto CREW se implementó en dos distritos más. En el distrito de Ramechhap, el proyecto se centró en mejorar el acceso al mercado para las mujeres agricultoras a través de cooperativas locales, mejorando la estabilidad financiera y la

participación en las cadenas de valor agrícolas. En el distrito de Dolakha, el proyecto hizo hincapié en el desarrollo de habilidades y el espíritu emprendedor, fortaleciendo la confianza de las mujeres y ampliando las oportunidades para el desarrollo de pequeñas empresas [135].



San Luis Potosí, México

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El departamento de comercio municipal administra y opera dos mercados municipales clave de propiedad pública, en los que las autoridades supervisan todas las operaciones, hacen cumplir las regulaciones y gestionan el uso del mercado sin subcontratar su operación a empresas privadas. Entre ellos, el Mercado Municipal de San Luis Potosí ofrece una amplia gama de productos frescos, ganado, productos lácteos, frutas envasadas y alimentos preparados, con el respaldo de políticas municipales que promueven la producción local. La administración diaria, el cumplimiento de la normativa y la aplicación de sanciones corren a cargo del administrador del mercado y del personal designado, y el funcionamiento del mercado se rige por la Normativa Municipal para Plazas y Mercados. Además de los dos mercados públicos, la ciudad también gestiona seis mercados públicos fijos y apoya más de 20 rutas de tianguis rotativos, que comprenden alrededor de 133 asambleas semanales en diferentes barrios. Este enfoque descentralizado lleva alimentos frescos y productos básicos a zonas con acceso limitado a grandes tiendas comerciales [139, 140, 141].



886.040
habitantes



1.333,7 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES [137]

- Fabricación de equipos de transporte y eléctricos
- Fabricación de metales, alimentos, plásticos y caucho
- Industria química
- Minerales no metálicos [137]

¿SABÍAS QUE?

El Municipio de San Luis Potosí cuenta con una vasta oferta cultural y gastronómica, que va desde su tradicional procesión del silencio en Semana Santa y el callejón del buche hasta sus icónicas enchiladas potosinas e importantes eventos culturales como la Feria del Maíz [138].

Foto: Hidalgo Market. ©Municipio de San Luis Potosí

RETOS

En 2020, CONEVAL, la Comisión Nacional para la Promoción de la Seguridad Alimentaria, informó que el 12,5% de la población del municipio – alrededor de 111.321 personas– enfrentaba privación alimentaria. El costo mensual de una canasta básica alimentaria por persona fue de MXN 1.383,84 (USD 75,84) en zonas rurales y MXN 1.810,09 (USD 99,20) en zonas urbanas. Esto se traduce en una quinta parte y un tercio del salario de una persona en un empleo formal respectivamente, con proporciones aún mayores para quienes tienen empleo informal o necesitan mantener a dependientes.

En el área de salud y nutrición propia de los mercados, muchos comerciantes de alimentos del municipio ofrecen alimentos tradicionales y populares, pero se pone poco énfasis en la educación nutricional o en incentivos para promover hábitos alimentarios saludables en los mercados públicos. Además, la infraestructura de algunos mercados fijos está envejeciendo y requiere inversiones para mejorar saneamiento, gestión de residuos, accesibilidad y almacenamiento de alimentos. En el tianguis (mercados callejeros), los desafíos logísticos como la interrupción del tráfico, recolección de residuos y falta de servicios son frecuentes.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

El Municipio de San Luis Potosí cuenta con un enfoque holístico en el fortalecimiento de los mercados, dirigido a actores y sectores de toda la cadena alimentaria. Las operaciones de mercado prioritarias incluyen el fomento de cadenas cortas de suministro de alimentos alentando las ventas directas entre productores, consumidores, en particular a través de mercados tradicionales, mercados callejeros móviles y manteniendo bajas las regulaciones de entrada para comerciantes nuevos y pequeños. Para reducir la pérdida, el desperdicio de alimentos, la ciudad está probando proyectos piloto con universidades y organizaciones locales centrados en la gestión de residuos, estrategias de donación de alimentos y compostaje. Se promueve la conciencia del consumidor a través de campañas educativas y nutricionales realizadas en espacios municipales, que incentivan a la comunidad a comprar productos frescos en los mercados, y programas de rehabilitación como el *De Corazón Mi Hogar* [142]. Los mercados locales en sí mismos son valorados no solo como centros de comercio sino también como puntos de referencia culturales y la ciudad apoya iniciativas que preservan las prácticas alimentarias tradicionales, el patrimonio culinario y las reuniones comunitarias. Por último, se refuerza la promoción de cultivos y especies alimentarias locales, destacando los ingredientes regionales con biodiversidad a través de ofertas de mercado, eventos culinarios y programas educativos.

Un esfuerzo destacado del municipio es el programa de promoción de la producción y procesamiento local de alimentos, que busca revitalizar y profesionalizar los mercados municipales como espacios seguros, funcionales e inclusivos, esenciales para el acceso a alimentos frescos y para apoyar el desarrollo económico local. Esta estrategia combina mejoras en la infraestructura para mejorar la accesibilidad y la seguridad, la formalización de los inquilinos y la priorización de los productores locales y las mujeres empresarias. El personal ha recibido capacitación en atención al cliente inclusiva y se han lanzado programas complementarios de emprendimiento para conectar a los productores directamente con los consumidores [143]. Entre ellos se encuentra el *Emprende Natural*, una comunidad de aprendizaje centrada en productores y procesadores de alimentos, que ofrece estrategias educativas con oportunidades de exposición y validación. El programa incluye eventos para fomentar la participación de la comunidad y el apoyo a los pequeños comerciantes, como la *Feria del Elote* celebrado en el Parque de Morales de la ciudad, celebrando los alimentos locales a base de maíz y resaltando el valor nutricional y cultural del maíz en la cocina mexicana [144]. Durante estos eventos también se realizan talleres y se distribuyen materiales impresos para fomentar la elección alimentaria consciente y recuperar conocimientos culinarios ancestrales.

LECCIONES Y PROYECCIONES FUTURA

En San Luis Potosí, iniciativas recientes generaron cambios constantes y positivos en la forma en que funcionan, así como se perciben los mercados de alimentos. Las mejoras en infraestructura e higiene de mercados municipales aumentó la satisfacción de los clientes y, por ende, la participación de los comerciantes. Con el tiempo, el municipio ha visto claros beneficios, incluida la promoción de la producción, el procesamiento local de alimentos, más acceso a los mercados, economías locales más fuertes, menor vulnerabilidad alimentaria y creación de valiosas redes de colaboración.

En conjunto, estas medidas han mejorado el acceso a alimentos saludables, creado mejores condiciones de trabajo y fortalecido los vínculos entre la producción rural y los mercados urbanos. Testimonios de comerciantes y clientes resaltan la importancia de continuar con estos programas, con el objetivo de posicionar a San

Luis Potosí como líder estatal en iniciativas que brinden apoyo tangible a las comunidades. Si bien aún existen desafíos, el municipio ahora cuenta con una base sólida en el desarrollo del mercado, seguridad alimentaria sostenible, con el potencial de establecer objetivos claros y alcanzables a corto, mediano y largo plazo.



Science City of Muñoz, Filipinas

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Dado el paisaje predominantemente agrícola de la ciudad, sus dos mercados públicos ofrecen principalmente productos frescos y sirven como centros de comercio centralizados para productos de origen local y de ciudades y provincias vecinas. Ambos mercados son administrados por la Unidad de Gobierno Local (UGL) en coordinación con varios departamentos de la ciudad y asociaciones de comerciantes. Este enfoque colaborativo garantiza la gestión adecuada de la infraestructura, el cumplimiento de los proveedores y las operaciones diarias.

Según el Jefe de Mercado, el Mercado Público de la Ciudad Científica de Muñoz funciona bajo estrictas normas diarias. Los comerciantes con puestos permanentes deben obtener un permiso municipal anual y pagar una tarifa diaria de PHP 20 (USD 0.34) por cada día que vendan. La mayoría de las verduras que se venden en el mercado proceden de barangays cercanos, mientras que el ganado suele importarse de otras provincias. La Oficina de Agricultura de la Ciudad brinda apoyo continuo a los agricultores locales a través de la distribución de insumos agrícolas, programas de capacitación, monitoreo de precios y la promoción de prácticas sustentables como la producción de biomasa utilizando cáscaras de arroz. La oficina veterinaria de la ciudad



102.823 (2023)
habitantes



147,9 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Agricultura

¿SABÍAS QUE?

La ciudad obtuvo su título de "Ciudad Científica" debido a la presencia de instituciones clave dedicadas a la agricultura, biotecnología y acuicultura. Entre ellos se incluyen la Universidad Estatal de Luzón Central, el Instituto de Investigación del Arroz de Filipinas y el Centro Carabao de Filipinas.

Foto: Mercado Público de la Ciudad Científica de Muñoz. ©Jameela Antoniette Mendoza, ICLEI Sudeste Asiático

también desempeña un rol fundamental en el mantenimiento de la seguridad alimentaria inspeccionando los mataderos y garantizando que todos los productos cárnicos sean seguros para el consumo público. Los mercados públicos también cuentan con asociaciones de vendedores, que facilitan la comunicación con la UGL, participan en cursos de formación y promueven iniciativas como la digitalización de las transacciones en los mercados.

RETOS

A pesar de los esfuerzos de la ciudad por gestionar sus operaciones, siguen surgiendo diversos desafíos. El mercado público húmedo de la ciudad genera un gran volumen de residuos orgánicos, incluidos restos de comida y productos en mal estado, principalmente debido

a la afluencia continua de productos agrícolas. Este tipo de residuos suelen ser pesados y se descomponen rápidamente, lo que genera olores desagradables, atrae plagas, lo que disuade a los clientes potenciales y afecta a las operaciones diarias y a las ventas de los vendedores. Según algunos agricultores de la ciudad, el acceso limitado a instalaciones de almacenamiento en frío y poscosecha contribuye al rápido deterioro de los productos perecederos, y el aumento de los costes de los fertilizantes añade más presión a su producción y rentabilidad. La limitada infraestructura de eliminación de residuos y la limpieza insuficiente se suman a estos retos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

La ciudad aborda estos desafíos a través de una estrategia multifacética destinada a fomentar una economía circular. Para gestionar los residuos en los mercados públicos, la Administración de Mercados y Oficina de Medio Ambiente y Recursos Naturales de la Ciudad (CENRO) refuerza la segregación obligatoria de residuos en la fuente descrita en la política de gestión de residuos dedicada de la ciudad (el incumplimiento está vinculado a una multa de PHP 500.00 (USD 8.60) para la primera infracción), aplicada por personal de recolección y limpiadores ecológicos. Para garantizar la higiene, la ciudad implementó un programa de recolección de residuos dos veces al día en el mercado público, con turnos programados para limpiadores ecológicos que mantienen el área durante las horas de funcionamiento. Los residuos segregados son transportados por camiones de la ciudad a la planta de recuperación de materiales (MRF, en inglés), donde se someten a procedimientos para su desvío, separando los residuos biodegradables de los no reciclables. Estos residuos orgánicos se someten a un proceso de compostaje, convirtiéndose en un valioso fertilizante orgánico.

Este sistema de mercado a MRF se complementa de forma expresiva con el de la ciudad [Bakuran Ko, Gulayan Ko Programa \(Mi Patio, Mi Huerto\)](#). Esta iniciativa resalta la agricultura urbana y

la jardinería en los patios entre los residentes, distribuyendo plántulas y fomentando el uso de contenedores reciclados para plantar. Los participantes de este programa pueden solicitar **fertilizante de compost** directamente del MRF, que es un componente clave de una ordenanza municipal que promueve la producción de alimentos. El programa está estructurado como una competición en cuatro niveles: Consejos de Barangay, escuelas primarias y secundarias públicas, escuelas primarias y secundarias privadas y hogares, cada uno con distintos criterios y premios. En particular, los participantes del Consejo de Barangay informaron que la mayoría de sus cosechas se consumen dentro de sus comunidades, mientras que algunas se venden en mercados públicos cercanos. Esto vincula efectivamente la producción de alimentos con el comercio local y ayuda a cerrar el círculo económico.

Gracias al enfoque de la ciudad, se han producido mejoras notables, especialmente en los mercados públicos. Los compradores han observado una reducción significativa de la basura y los malos olores, lo que hace que el área esté limpia y fomenta visitas más prolongadas con compras más frecuentes. Mientras tanto, algunos agricultores urbanos compartieron que la *Bakuran Ko, Gulayan Ko* el programa no solo complementa sus necesidades alimentarias diarias sino que también proporciona una modesta fuente de ingresos.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La Ciudad Científica de Muñoz ha logrado avances significativos al abordar sus desafíos de gestión de residuos en su mercado público local. Su éxito se debe principalmente a su estrategia multifacética que comprende una dirección política clara, un esfuerzo coordinado entre las oficinas de las LGU, una fuerte supervisión institucional y una participación activa de la comunidad. El *Bakuran Ko, Gulayan Ko* el programa empoderó a los hogares para convertir los desechos orgánicos en abono para su uso en jardinería en el patio, ofreciendo

beneficios directos y tangibles a las comunidades participantes, al tiempo que fomentaba un sentido de propiedad y reducía el volumen de desechos orgánicos.

La responsabilidad institucional fue otro elemento clave en la estrategia de la ciudad, con oficinas específicas, incluidas la administración del mercado y CENRO, encargadas de mandatos claros relacionados con la gestión de residuos. Por último, el establecimiento de canales de comunicación abiertos y consistentes con

los actores del mercado, en particular los comerciantes, jugó un papel vital en la gestión eficaz no sólo de los desechos sino también de otros aspectos de las operaciones en el Mercado Público de Muñoz. Al promover la colaboración con las asociaciones de comerciantes y mantener canales regulares de comunicación, el gobierno de la ciudad pudo implementar las regulaciones sin problemas y construir un amplio apoyo para prácticas de mercado más limpias, más sustentables y bien administradas.



Seúl, República de Corea

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El Gobierno Metropolitano de Seúl (SMG) apoya 418 mercados tradicionales (a fecha de enero de 2025) y distritos comerciales de callejuelas vecinales gestionados por pequeñas empresas en virtud de la Ley Especial para la Promoción de Mercados Tradicionales y Distritos Comerciales. 52 de ellos son mercados a gran escala con más de 1.000 tiendas; el resto son mercados vecinales integrados en la vida cotidiana. Dada la diversidad de tamaños de mercados, productos y visitantes, SMG adapta su apoyo a las necesidades específicas. El presupuesto de la ciudad para 2025 asigna KRW 29.300 millones (USD 22,5 millones) a 19 proyectos para mercados tradicionales, destinándose la mayor parte a la modernización de las instalaciones. El sistema de apoyo involucra al Servicio de Pequeñas Empresas y Mercados (dependiente del Ministerio de Pymes y Startups), SMG y las oficinas distritales locales. La financiación se entrega a través de asociaciones de vendedores u organizaciones de promoción de distritos comerciales, o bien es gestionada directamente por el sector público [145].



9.335.734
habitantes



605,2 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Turismo cultural
- Belleza y moda
- Finanzas y negocios
- Economía de la innovación digital y tecnología inteligente
- Manufactura urbana impulsada por el diseño

¿SABÍAS QUE?

La colaboración entre diversos actores es una piedra angular para la preservación de los mercados tradicionales de Seúl. Un ejemplo notable es el lanzamiento de dos tiendas Starbucks Corea en los mercados de Gyeongdong y Gwangjang, resaltando el encanto de cada mercado y ofreciendo nostalgia a los visitantes de mediana edad con experiencias frescas a las generaciones más jóvenes y a los turistas.

Foto: Mercado de Mangwon. ©Asociación de Comerciantes del Mercado Mangwon

RETOS

Los mercados tradicionales se han enfrentado a serios desafíos en razón del auge de las grandes tiendas de descuento y plataformas de compras en línea. Además, los problemas persistentes, que incluyen preocupaciones sobre higiene, estacionamiento limitado y falta de instalaciones públicas, continúan disuadiendo a los compradores. Para abordar estas cuestiones, el SMG sigue con la puesta en marcha de diversas medidas para preservar competitividad y valor

único de los mercados tradicionales. Sin embargo, estos esfuerzos también han enfrentado la resistencia de comerciantes que se muestran reacios al cambio, críticas de observadores externos, lo que se complica aún más por los diversos intereses de las partes interesadas, como los propietarios de tierras, los inquilinos minoristas y los competidores cercanos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Hasta ahora, las políticas de mercado de la ciudad se han centrado principalmente en la modernización de las instalaciones. Esto incluye ampliar las áreas peatonales, estacionamientos, establecer centros de atención al cliente, modernizar los baños, galerías comerciales y mejorar la seguridad mediante mejoras en los sistemas de CCTV, contra incendios, eléctricos, de gas y de drenaje [146]. Como resultado, se han establecido 59 centros de atención al cliente, que ahora sirven como oficinas de asociaciones de proveedores, bibliotecas o cafés para niños. Además, el SMG está trabajando para ampliar los canales de venta en línea, apoyar la producción de kits de comida y promover la transformación digital, ayudando a los mercados tradicionales a adoptar plataformas de comercio electrónico a través de eventos de descuento en línea y apoyo en el ingreso a tiendas. En 2024, 49 mercados participaron en un evento de venta *flash* en línea, lo que resultó en un aumento promedio de ventas del 83% en comparación con el mes anterior [145].

El SMG también extiende su apoyo financiero a los mercados tradicionales a través de procesos de selección justos y actividades de promoción mejoradas destinadas a mejorar su imagen social. Los mercados pueden presentar su solicitud una vez al año, presentando planes detallados sobre el alcance, los objetivos y los presupuestos, con revisiones financieras anuales para garantizar la transparencia. Para evitar que el apoyo se concentre únicamente en los mercados bien organizados, cada proyecto prioriza las mejoras en función de la urgencia en lugar del tamaño del mercado, como por ejemplo la modernización de las instalaciones de prevención de incendios incluso en mercados no registrados.

Dos mercados en particular muestran los éxitos de la colaboración entre sus actores. El mercado de Mangwon ejemplifica cómo los mercados pueden aprovechar activamente los recursos externos con enfoques innovadores. El mercado promueve el movimiento Cero Residuos ofreciendo bolsas de compra reutilizables y animando a los clientes a traer sus propios contenedores. Los comerciantes dan cupones a los clientes que traen sus propios recipientes para comprar alimentos, y estos cupones pueden canjearse más tarde por bolsas de basura estándar designadas por el gobierno (que normalmente se compran) a través de la asociación de comerciantes. La colaboración con organizaciones medioambientales e influencers también posibilita eventos culturales, musicales y culinarios, transformando el mercado de un espacio de venta a uno de vivencia cultural.

Las campañas de promoción activa también abordan las críticas del público y tienen como objetivo mejorar la imagen de los mercados. El mercado de Gwangjang, un popular destino turístico ubicado en el centro de Seúl, fue criticado anteriormente por sus altos precios. En respuesta, el SMG, las oficinas de distrito, las asociaciones de comerciantes y las cooperativas de comerciantes ambulantes de alimentos trabajaron juntos para introducir precios estandarizados, muestras de alimentos y prácticas de comercio justo. Mientras que la asociación de comerciantes lideró reformas internas, la ciudad promovió estos cambios, ayudando al Mercado de Gwangjang a conservar su estatus como el mercado tradicional más grande de Seúl y una importante atracción turística nacional.

El SMG se esfuerza por mejorar la aceptación de políticas manteniendo una comunicación continua con las pequeñas empresas y SEMAS, las oficinas de distrito y las asociaciones de proveedores. Además, a partir de 2025, se enviarán 120 administradores de mercados tradicionales para promover las políticas de Seúl entre los comerciantes y ayudar a incorporar sus comentarios en la formulación de políticas [145].

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

El verdadero progreso requiere no solo la participación apasionada y proactiva de los proveedores, sino también esfuerzos del gobierno y las comunidades locales para comunicarse y comprender las perspectivas de cada uno. Es sobre esta base que gobiernos como el SMG pueden brindar un apoyo flexible y presentar una visión política clara,

permitiendo en última instancia el desarrollo sostenible de los mercados tradicionales y el restablecimiento de la confianza pública. En última instancia, el futuro de los mercados tradicionales depende de una comunicación eficaz, pensamiento innovador, participación activa de la comunidad y el rol comprometido del gobierno como socio.



Turín, Italia

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

Turín cuenta con 42 mercados locales repartidos en ocho distritos, desarrollados a lo largo del siglo 20 para satisfacer las necesidades de una creciente población urbana impulsada por el desarrollo industrial. En los últimos años se han implantado 14 mercados de agricultores en las plazas centrales, que suelen celebrarse mensualmente o los fines de semana y que ofrecen productos agroalimentarios directamente de pequeños productores locales. Además, se está construyendo un nuevo “Mercado Cubierto para Productores Agrícolas” en un edificio histórico renovado en una de las calles principales del centro de la ciudad. Cuatro de los mercados más céntricos forman el Mercado de Porta Palazzo, el mercado al aire libre más grande de Europa, que ha acompañado la transformación social de Turín, desarrollando una vibrante identidad multicultural y sirviendo como punto de encuentro de culturas, economías y generaciones.

El municipio desempeña un rol activo en la gestión y promoción de los mercados. El departamento de comercio supervisa los mercados de alimentos, el departamento de obras públicas garantiza la infraestructura y los servicios técnicos, y la Institución Sanitaria Local se encarga de los controles de higiene. El municipio



850.000
habitantes



130 km²
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Industria,
- Automoción
- Ingeniería
- Producción de alimentos

¿SABÍAS QUE?

Turín es la ciudad con mayor número de mercados diarios de Italia. Su Mercado de Porta Palazzo, el mercado al aire libre más grande de Europa, es considerado el auténtico puerto de la ciudad ya que acoge mercancías y culturas de todo el mundo.

Foto: Municipio de Turín

también colabora con asociaciones, incluidas las de agricultores, para mejorar la gestión. Cada mercado cuenta con el apoyo de un comité de mercado, integrado por representantes de diferentes sectores que trabajan con el municipio para facilitar el funcionamiento de esa área de mercado específica.

RETOS

Turín, que antaño era una ciudad industrial con un alto nivel de empleo en fábricas, enfrenta hoy desafíos socioeconómicos causados por el envejecimiento de la población, el declive demográfico y la creciente desigualdad de ingresos. Muchos residentes de edad avanzada viven con ingresos bajos, mientras que la gran población estudiantil no puede sostener plenamente la economía de mercado local.

Aunque el turismo ha crecido y los mercados se están redefiniendo como destinos turísticos, sus principales usuarios siguen siendo los locales. La dependencia de una población en disminución y envejecimiento, así como la competencia de otros puntos de venta de alimentos, los cambios en los hábitos de consumo, han generado desajustes entre oferta y demanda, y eso afecta a las pequeñas empresas y a los comerciantes. La prioridad de la ciudad es revitalizar el rol de los mercados locales aprovechando la “economía circular” y reconociéndolos no solo como espacios comerciales sino también como lugares de identidad, conexión y apoyo comunitario.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Turín ha desarrollado varias iniciativas de revitalización para apoyar a los comerciantes, concienciar a los consumidores y resaltar la importancia cultural y social de los mercados. Se lanzó un plan de reurbanización para diez mercados, que aborda mejoras físicas como pavimentación y puestos, nuevos diseños de puestos para minimizar los espacios vacíos y un sistema de asignación modernizado con la aplicación Merc@to. A través de la aplicación, los comerciantes pueden pagar solo el uso diario cuando ocupan su puesto, y se pretende aplicar un modelo similar a los cargos por servicios públicos.

Para promover los mercados urbanos, se han lanzado dos grandes campañas para aumentar la accesibilidad y apoyar a los comerciantes. La primera campaña presentó la primera aplicación de mercado de Italia, [Torino Mercati](#) (disponible en italiano, inglés y francés), que ofrece información actualizada sobre los mercados locales y agrícolas, su historia, curiosidades y un sistema de entrega a domicilio ahora probado en Porta Palazzo con el apoyo de una start-up del Politécnico de Turín. La plataforma incluye un escaparate online en tiempo real de productos y precios disponibles, que los operadores del mercado han sido capacitados para utilizar y actualizar de forma independiente. También promueve la entrega sostenible mediante bicicletas de

carga y embalajes reducidos, garantizando costes moderados y múltiples opciones de pago. La segunda campaña, [Torino Riflessa – La città vista dalle vetrine](#) (Turín reflejada. La ciudad vista a través de la vitrina), cuenta la historia de Turín a través de la evolución del comercio local, presentando itinerarios turísticos que resaltan tiendas, talleres artesanales y mercados locales, con un enfoque especial en Porta Palazzo.

También se ha promovido la innovación social a través de REPOPP, un proyecto de una asociación local sin ánimo de lucro que reduce el desperdicio de alimentos, recupera materia orgánica y fomenta la solidaridad. Los jóvenes inmigrantes desempleados recogen los alimentos sobrantes al final del día y los distribuyen gratuitamente a familias con bajos ingresos. Las sobras se reutilizan, se cocinan y se ponen a disposición al día siguiente. Esta iniciativa no solo apoya a los necesitados, sino que también ayuda a integrar a los grupos vulnerables en la vida comunitaria.

RESULTADOS Y LECCIONES APRENDIDAS

La ciudad de Turín se compromete a mejorar la gestión de los mercados, apoyar a los comerciantes y la economía local y fortalecer el papel social y cultural de los mercados, también a través de plataformas digitales innovadoras. El éxito ha sido impulsado por la voluntad política y el apoyo de los alcaldes y la coordinación efectiva entre los departamentos municipales, además de la vinculación de sectores clave, como el turismo y los mercados. Estos esfuerzos se vieron reforzados además por estudios de la industria, que ayudaron a desarrollar soluciones a la dinámica socioeconómica, mientras que las asociaciones locales, agricultores y comerciantes aseguraron un compromiso a largo plazo a través de los comités de mercado. La remodelación física fue apoyada con EUR 11 millones (USD 12.97 millones) del fondo PNRR de recuperación de COVID-19.

A pesar de su fuerte compromiso, la financiación municipal por sí sola fue insuficiente para cubrir los costos de las campañas e intervenciones. Los recursos adicionales provienen de un fondo dedicado al apoyo y la revitalización de la economía local, financiado por grandes minoristas que abren nuevos puntos de venta y que deben contribuir con una cantidad fija para compensar los impactos negativos en las pequeñas empresas.

En conjunto, estos esfuerzos permitieron a Turín fortalecer el papel de sus mercados como centros económicos, culturales y sociales, al tiempo que modernizaron su infraestructura, gestión e imagen. Actualmente, los mercados son cada vez más reconocidos no solo como lugares de comercio, sino también como espacios esenciales de identidad, pertenencia y solidaridad en la ciudad.



Zapopan, México

GOBERNANZA Y CONTEXTO DE MERCADO

El municipio de Zapopan posee, regula y mantiene 16 mercados distribuidos en la ciudad, administrados directamente por la dirección de mercados y regidos por el Reglamento de Plazas, Mercados y Pisos. Otros departamentos involucrados son el Departamento de Saneamiento Público y el Departamento de Mercados Callejeros y Comercio al Aire Libre. Los comerciantes en los mercados municipales de Zapopan son predominantemente residentes locales, cuya actividad principal se centra en el abastecimiento de bienes y la prestación de servicios básicos. Son parte esencial del tejido económico local, manteniendo muchas familias una larga tradición dentro de los mercados, contribuyendo a la estabilidad y continuidad de la actividad comercial en estos espacios. Cualquier residente podrá realizar actividades comerciales o de servicios dentro del mercado, lo que implica obtener la licencia y autorización correspondiente, pagar los derechos y garantizar la calidad de los productos y la higiene de los espacios asignados. En julio de 2024, el municipio de Zapopan actualizó su normativa para mercados callejeros y comerciantes ambulantes, para mejorar su panorama de mercado. Estas regulaciones son aplicadas por el municipio como parte de sus leyes locales [150].



1.476.491 [147]
habitantes



893.15 km² [148]
superficie

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Sector electrónico
- Comercio y servicios
- Industria alimentaria
- Construcción [148, 149]

¿SABÍAS QUE?

Zapopan deriva su nombre de la palabra náhuatl *Tzapopant*, que significa lugar de zapotes. El jeroglífico náhuatl correspondiente representa un árbol frutal de zapote.

Foto: Atemajac Mercado. ©Municipio de Zapopan

RETOS

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo y Gobernanza de Zapopan 2024-2027, en 2020 el 11,5% de los habitantes de Zapopan se encontraban en situación de inseguridad alimentaria moderada o severa. Para abordar esta problemática, el municipio ha desarrollado diversas iniciativas y programas [151]. Los principales desafíos radican en asegurar el apoyo de todos los departamentos involucrados, aumentar la conciencia entre los administradores, comerciantes y consumidores para prevenir el desperdicio de alimentos y establecer una colaboración con los productores locales para la venta de frutas y verduras que podrían no cumplir con los estándares estéticos.

Cada departamento dentro del municipio también enfrenta diferentes desafíos en función de sus roles y responsabilidades. Para el departamento de medio ambiente, por ejemplo, es importante proporcionar a los productores locales herramientas y alternativas para reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. Estas incluyen la separación de residuos, la donación de frutas y verduras comestibles para el consumo humano y la alimentación animal, y la creación de oportunidades para vender frutas y verduras “imperfectas”. Otro desafío está vinculado al limitado interés comunitario, que lleva al descuido principalmente de los huertos urbanos escolares y comunitarios, que, además de las actividades relacionadas con el mercado, ofrecen un segundo pilar para fortalecer la seguridad alimentaria de la ciudad. Por ello, el objetivo del departamento es mantener horarios y capacitaciones consistentes, además de asegurar recursos financieros y compromiso comunitario para la continuidad de estos programas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Actualmente en Zapopan se implementan dos programas con relevancia para los mercados de alimentos: [Comedores comunitarios](#) y huertos urbanos. Los Comedores Comunitarios es un programa que proporciona comidas nutritivas en todo el municipio, reduciendo la inseguridad alimentaria y garantizando el acceso a los alimentos como un derecho humano, dando prioridad a las poblaciones más vulnerables. Cada comida incluye una porción equilibrada de proteínas y carbohidratos, una porción de fruta y una bebida [152, 153]. Este programa va de la mano con los mercados de alimentos, pues en los mercados se pueden adquirir alimentos frescos y, a su vez, pueden utilizarse como insumo para los comedores populares. El programa de [Huertos Urbanos](#) se enfoca en el establecimiento de huertos en entornos escolares, familiares y comunitarios de la ciudad, apoyado con capacitación teórica y práctica en producción orgánica sustentable. Esta iniciativa involucra a varias agencias municipales trabajando juntas. Complementando estos esfuerzos, Zapopan, en

colaboración con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, desarrolló la [Guía para prevenir el desperdicio de alimentos](#). Este recurso ofrece recomendaciones prácticas, consejos y recetas para reducir el desperdicio de alimentos orgánicos en el hogar [154].

LECCIONES Y PROYECCIONES FUTURAS

Los programas implementados hasta el momento han mostrado resultados prometedores en el fortalecimiento de la seguridad alimentaria de Zapopan. Para diciembre de 2024, 68 jardines que abarcan 3,895 m² habían apoyado a 6,546 vecinos y en 2024, 9 comedores entregaron 477,105 raciones de fruta. El municipio de Zapopan reafirma su compromiso con su comunidad y busca continuar y ampliar su cobertura.

En consonancia con la Guía para la prevención del desperdicio de alimentos, actualmente se está desarrollando un proyecto adicional en mercados y mercados callejeros, basado en un piloto de dos años centrado en la separación de residuos orgánicos para compostaje. Esta iniciativa surge a partir de un diagnóstico actualizado de residuos, que reveló que una parte importante de los alimentos desechados aún se encontraban en buen estado. El objetivo es implementar medidas para recuperar dichos alimentos, siguiendo una jerarquía que priorice la recuperación para consumo humano, alimentación animal y compostaje. Además, este proyecto busca crear un espacio en los mercados municipales para la venta de frutas y verduras que no cumplen con los estándares estéticos exigidos por los supermercados. Esta iniciativa brinda una opción a los productores para evitar el desperdicio de alimentos y concientiza a los consumidores sobre este tipo de productos, que nutricionalmente se encuentran en perfecto estado.



Conclusiones

Como se muestra en este manual, los mercados de alimentos tienen un potencial inmenso, aunque a menudo desaprovechado, para impulsar la transformación del sistema alimentario. Desempeñan un papel crucial a la hora de abordar desafíos clave como malnutrición, inseguridad alimentaria, producción sostenible de alimentos, medios de vida de los agricultores y comerciantes, circularidad y gestión de residuos, así como el bienestar de las comunidades locales, inclusión y equidad de género. En este contexto, los gobiernos locales tienen oportunidades, responsabilidades de apoyar y fortalecer sus mercados de alimentos como centros de salud, nutrición, aprendizaje, cambio de comportamiento y vida cívica. A través de su Marco de Acción CityFood para Mercados, este manual ofrece herramientas y estrategias prácticas para guiar a los responsables de las políticas y a las partes interesadas hacia el apoyo y el sostenimiento de los mercados como componentes esenciales del panorama alimentario urbano. Los 31 estudios de caso y las

estrategias que se presentan aquí demuestran el impacto en el mundo real de los mercados bien respaldados, desde las actividades de concientización de Barcelona hasta la participación de múltiples partes interesadas de Lusaka y las iniciativas de Ciudad Quezon para promover la inclusión social. Proporcionan modelos replicables, conocimientos prácticos que pueden inspirar a los gobiernos de todo el mundo a fortalecer sus sistemas alimentarios locales.



El camino para nutrir nuestras comunidades y asegurar nuestros sistemas alimentarios se encuentra en los mercados de alimentos de nuestras ciudades y pueblos. Al aprovechar su potencial, podemos crear futuros más saludables, resilientes y sostenibles para todos.

Referencias

- [1] High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition (HLPE). (2017). Nutrition and Food Systems: A Report by the High-Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/4ac1286e-eef3-4f1d-b5bd-d92f5d1ce738/content>
- [2] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2018). Sustainable Food Systems: Concept and Framework. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/b620989c-407b-4caf-a152-f790f55fec71/content>
- [3] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (1996). Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action. Rome. <https://www.fao.org/4/w3613e/w3613e00.htm>
- [4] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). 2019. The State of Food and Agriculture 2019. Moving forward on food loss and waste reduction. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/11f9288f-dc78-4171-8d02-92235b8d7dc7/content>
- [5] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). The status of women in agrifood systems. Rome. <https://doi.org/10.4060/cc5343en>
- [6] McDougall, C., Newton, J., Kruijssen, F. & Reggers, A. (2021). Gender integration and intersectionality in food systems research for development: A guidance note. Penang, Malaysia: CGIAR Research Program on Fish Agri-Food Systems. <https://www.kit.nl/wp-content/uploads/2022/12/Gender-Integration.pdf>
- [7] Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). (2024). Transforming Food Systems Towards Healthier Diets and Greater Sustainability. <https://www.giz.de/en/worldwide/132528.html>
- [8] de Bruin, S. & Holleman, C. (2023). Urbanization is transforming agrifood systems across the rural-urban continuum creating challenges and opportunities to access affordable healthy diets – Background paper for The State of Food Security and Nutrition in the World 2023. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cc8094en>
- [9] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2017). The future of food and agriculture – Trends and challenges. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/2e90c833-8e84-46f2-a675-ea2d7afa4e24/content>
- [10] High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition (HLPE). (2024). Strengthening urban and peri-urban food systems to achieve food security and nutrition, in the context of urbanization and rural transformation. Rome, CFS HLPE-FSN. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/cf8cd142-cceb-4e81-8764-c8fbc291ce1b/content>

- [11] High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition (HLPE). (2023). Reducing inequalities for food security and nutrition. Rome: CFS. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cc6537en>
- [12] Rahimi, M., & Demirbaş, N. (2023). Importance of local food markets in terms of sustainable agriculture: constraints and recommendations. In M. F. Baran (Ed.), Africa 2nd International Conference on New Horizons in Sciences June, Cairo (pp. 256 - 269). Academy Global Publishing House. https://www.africaconferences.org/files/ugd/797a84_0a553a20b86b460baea58ab89338ff19.pdf
- [13] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2024). Enhancing the operations of local and traditional food markets in the context of the transition to sustainable agrifood systems. Rome. <https://doi.org/10.4060/cd2254en>
- [14] Cook, B., Trevenen-Jones, A., & Sivasubramanian, B. (2024). Nutritional, Economic, Social, and Governance Implications of Traditional Food Markets for Vulnerable Populations in sub-Saharan Africa: A Systematic Narrative Review. Frontiers in Sustainable Food Systems, 8. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1382383>
- [15] Hannah, C., Davies, J., Green, R., Zimmer, A., Anderson, P., Battersby, J., Baylis, K., Joshi, N., & Evans, T.P. (2022). Persistence of open-air markets in the food systems of Africa's secondary cities. Cities, 124. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103608>
- [16] Borsellino, V., Schimmenti, E., & El Bilali, H. (2020). Agri-Food Markets Towards Sustainable Patterns. Sustainability, 12(6), 2193. <https://doi.org/10.3390/su12062193>
- [17] Aberman, N., Meerman, J., & van de Riet, A. (2021). Integrating Gender into the Governance of Urban Food Systems for Improved Nutrition (GAIN Working Paper #25). Geneva, Switzerland: Global Alliance for Improved Nutrition. <https://doi.org/10.36072/wp.25>
- [18] Trevenen-Jones, A., Sietchiping, R., Githiri, G., Forster, T., Daniel, K., Troccoli, C., Moon, R.J., & Ramos, J. C. (2025). Territorial governance and food markets for sustainable food systems (White paper). Nairobi, Kenya: UN-Habitat. https://unhabitat.org/sites/default/files/2025/07/white_paper.pdf
- [19] CityFood Interest Group. (2025, July 23). Gender & Social Inclusion in Food Markets [Unpublished workshop]. Online: ICLEI.
- [20] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). Mapping of territorial markets - Methodology and guidelines for participatory data collection. Third edition. Rome. <https://openknowledge.fao.org/items/f91a4a93-a592-4e60-96a7-da2abbc65b1>

- [21] USAID Advancing Nutrition. (2024). Guidelines for Market-Based Food Environment Assessments. Instruction Manual. <https://www.advancingnutrition.org/resources/food-environment-monitoring-and-evaluation-guidance-and-tools>
- [22] Trevenen-Jones, A., Greenwood, M., Muketha, M., & Kebenei, M. (2025). Empowered local agency, infrastructure investment, and governance: a model and case for traditional food markets (GAIN Working Paper #49). Geneva, Switzerland: Global Alliance for Improved Nutrition. <https://doi.org/10.36072/wp.49>
- [23] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). Mapping territorial markets in Malawi. <https://doi.org/10.4060/cb9437en>
- [24] Carrara, E., Daniel, K., Sietchiping, R., Forster, T., Egal, F., Jones, A., Marocchino, C., Vicovaro, M., Troccoli, C., & McCarthy, R. (2022). Strengthening Local Fresh Food Markets for Resilient Food Systems, A Collaborative Discussion Paper. <https://urbanpolicyplatform.org/download/strengthening-local-fresh-food-markets-for-resilient-food-systems/>
- [25] Daniel, K., & Nestico, S. (2017). Policies that support Local Public Markets. Global Examples. HealthBridge. https://healthbridge.ca/dist/library/Policies_that_support_Local_Public_Markets-min.pdf
- [26] Demmler, K. M., van der Steen, S., Trevenen-Jones, A., & de Kanter, E. (2025). Food Environments and Diet Quality Among Vendors and Consumers in Five Traditional Urban Markets in Kenya. *Nutrients*, 17(1), 116. <https://doi.org/10.3390/nu17010116>
- [27] Cleveland City Planning Commission. (2023). Transportation Demand Management - Program Standards (draft). <https://planning.clevelandohio.gov/TDM/tdm.html>
- [28] Balineau, G., Bauer, A., Kessler, M., & Madariaga, N. (2021). Food Systems in Africa: Rethinking the Role of Markets. Africa Development Forum. World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1588-1
- [29] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2025). Transforming food and agriculture through a systems approach. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cd6071en>
- [30] Ajuntament de Barcelona. (2024). The Markets of Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/markets/markets-barcelona>
- [31] Wallace, F., Mittal, N., Lambertini, E., & Nordhagen, S. (2022). Vendor Knowledge, Attitudes, and Practices Related to Food Safety in Low- and Middle-Income Countries: A Scoping review. *Journal of Food Protection*, 85(7), 1069–1078. <https://doi.org/10.4315/jfp-21-439>

- [32] Nordhagen, S., Hagos, S., Gebremedhin, G. & Lee, J. (2025). Vendor capacity and incentives to supply safer food: a perspective from urban Ethiopia. *Food Security* 17, 331–344. <https://doi.org/10.1007/s12571-025-01526-8>
- [33] DeWaal, C.S. & Trevenen-Jones, A. (2025). Guidelines for food hygiene in traditional markets: improving access to safe, healthy foods and livelihoods (Discussion Paper #17). Geneva, Switzerland: Global Alliance for Improved Nutrition. <https://doi.org/10.36072/dp.17>
- [34] CONSUMARE – Organização Internacional das Associações de Consumidores de língua oficial portuguesa. (2020, March 9). Conheça a PROCONSUMERS – Associação para o Estudo e Defesa do Consumidor. <https://consumare.org/noticias/conheca-proconsumers-associacao-estudo-defesa-do-consumidor/>
- [35] Beira Municipality. (2019). Executive Summary Beira Municipal Recovery and Resilience Plan. Dutch Water Sector. <https://www.dutchwatersector.com/sites/default/files/2019-06/Summary%20Beira%20Municipal%20Recovery%20and%20Resilience%20Plan.pdf>
- [36] Britsch, K. (2022). WaSH Practices in Mozambique. Ballard Brief. <https://ballardbrief.byu.edu/issue-briefs/wash-practices-in-mozambique>
- [37] United Nations Human Settlements Programme (UN-Habitat). (2022). Mozambique. Beira. https://unhabitat.org/sites/default/files/2022/07/beira_en.pdf
- [38] Department of Cooperatives and MSMEs. (2024). Internal report: unpublished.
- [39] BAPPERIDA Bogor City & IPB University FEMA Department of Community Nutrition. (2024). Conference report: unpublished.
- [40] Indonesia National Food Agency. (2023). NFA Perkuat Gerakan Selamatkan Pangan untuk Pencegahan Food Waste. <https://badanpangan.go.id/blog/post/nfa-perkuat-gerakan-selamatkan-pangan-untuk-pencegahan-food-waste>
- [41] Pemerintah Kota Bogor. (2022). Festival Olahan Pangan Lokal, Menkop UKM dan Wali Kota Bogor Dukung Kacang Koro jadi Substitusi Kedelai. <https://disparbud.kotabogor.go.id/index.php/post/single/1098>
- [42] Indonesia National Food Agency. (2023). Pasar Mitra Tani dan Gerai Pangan Lokal Tambah Outlet di Kota Bogor. <https://badanpangan.go.id/blog/post/pasar-mitra-tani-dan-gerai-pangan-lokal-tambah-outlet-di-kota-bogor>

- [43] Pemerintah Kota Bogor. (2018). Peraturan Walikota Bogor Nomor 84 Tahun 2018 tentang Rencana Aksi Daerah Pangan dan Gizi Kota Bogor Tahun 2020-2024. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/172183/perwali-kota-bogor-no-84-tahun-2018>
- [44] Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2020). Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 1 Tahun 2020 tentang Pusat Distribusi Provinsi. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/174173/perda-prov-jawa-barat-no-1-tahun-2020>
- [45] Milan Urban Food Policy Pact. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/>
- [46] Braşov Local Council. (2022). Hotărârea Consiliului Local nr. 428/2022. <https://politia-locala-brasov.ro/hcl/Hotararea%20Consiliului%20Local%20-%20428-2022.pdf>
- [47] Romanian Government. (2003). Legea nr. 10/2003 privind unele măsuri de protecție a patrimoniului național cultural mobil. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliuDocument/50756>
- [48] Dragomir, P. (2015). Who is the new Romanian Food Market Law really helping? Agricultural and Rural Convention. <https://www.arc2020.eu/new-romanian-food-market-law-really-helping/>
- [49] FoodCLIC Project. Braşov Municipal Area. <https://foodclik.eu/city-regions/brasov-municipal-area>
- [50] Westside Market. (2023, November 5). Cleveland Public Market Corporation. <https://westsidemarket.org/cleveland-public-market-corporation/>
- [51] City of Cleveland. (2024). Cleveland Public Market Corporation Assumes Operation of West Side Market, Names Staff. <https://www.clevelandohio.gov/news/cleveland-public-market-corporation-assumes-operation-west-side-market-names-staff>
- [52] Make It in Cleveland. Neighborhood Retail Assistance Program. <https://makeitincleveland.org/incentives/neighborhood-retail-assistance-program>
- [53] City of Cleveland Office of Sustainability & Climate Justice. (2023). Internal report: unpublished.
- [54] City of Cleveland. (2024). Cleveland awarded \$340,000 USDA grant for composting and food waste reduction project. <https://www.clevelandohio.gov/news/cleveland-awarded-340000-usda-grant-composting-and-food-waste-reduction-project>
- [55] United Nations. (2018). World Urbanization Prospects: The 2018 Revision. United Nations. <https://population.un.org/wup/assets/WUP2018-Report.pdf>

- [56] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2025, February 14). GAIN's Keeping Food Markets Working (KFMW) programme in Tanzania: Buguruni Market [Video]. <https://www.gainhealth.org/media/news/gains-keeping-food-markets-working-kfmw-programme-tanzania-buruguni-market>
- [57] Telephone Interview with Dar es Salaam City Council's Land and Urban Planning Officer, GAIN, 2024.
- [58] African Centre for Cities. (2021). Dar es Salaam City Scoping Study. https://www.african-cities.org/wp-content/uploads/2021/12/ACRC_Dar-es-Salaam_City-Scoping-Study.pdf
- [59] Ministry of Agriculture, Tanzania. (2013). National Agricultural Policy of 2013. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/tan141074.pdf>
- [60] Ministry of Industry and Trade, Tanzania. (2013). Agricultural Marketing Policy. <https://www.viwanda.go.tz/uploads/documents/sw/1455888762-Agricultural-Marketing-Policy.pdf>
- [61] George, C., Msoka, C. T., & Makundi, H. (2022). Formalisation of Street Vending in Dar es Salaam: Implementation and Enforcement of the Wamachinga Identity Card Initiative. *Forum for Development Studies*, 50(2), 283–302. <https://doi.org/10.1080/08039410.2022.2112277>
- [62] C40 Cities. (2024). ICA Cities Fund: Dar es Salaam. Engaging informal workers in the organic waste management sector. <https://www.c40.org/case-studies/ica-cities-fund-dar-es-salaam/>
- [63] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). Transforming Urban-Rural Food Systems (TURFS) Consortium. <https://www.gainhealth.org/transforming-urban-rural-food-systems-turfs-consortium>
- [64] The World Bank. (2021). An Assessment of fresh markets in Dhaka metropolitan area (Situation Report No. 14). <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099635006212222896/pdf/P17566301c3dc804f0833e0b0a6c21c6fec.pdf>
- [65] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023, May 22). High-level visit to model fresh market. <https://www.fao.org/bangladesh/news/detail-events/en/c/1640115/>
- [66] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2023). Bangladesh wet markets: Road to recovery [Podcast]. <https://www.gainhealth.org/media/podcasts/bangladesh-wet-markets-road-recovery>
- [67] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023, February 7). Procurement of renovation and modernization works of fresh market at Mohammadpur Town Hall Market & Mohakhali Market, Dhaka [UNGM notice]. <https://www.ungm.org/Public/Notice/191601>

- [68] EatSafe: Evidence and Action Towards Safe, Nutritious Food. (2022). COVID-19 in Traditional Markets: Evidence of Consumer and Vendor Resilience. Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/EatSafe%20COVID-19%20Response_Results%20Brief.pdf
- [69] Interview with G.M. Reza Sumon, Project Manager & Lead, Workforce Nutrition & Fresh Market at GAIN Bangladesh, GAIN, 2025.
- [70] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2024). Evaluation of the project "Support for Modelling, Planning and Policy for Dhaka Food System". Rome: FAO. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/19fd8bb8-78fe-4003-a28b-74847c9a242a/content>
- [71] Dhaka Tribune. (2023, May 22). DNCC plans to build wholesale markets following Beijing model. Dhaka Tribune. <https://www.dhakatribune.com/bangladesh/311846/dncc-plans-to-build-wholesale-markets-following>
- [72] Kabarole Research and Resource Centre (KRC) Uganda, Hivos, & Healthy Food Africa. (n.d.). The Fort Portal Food System Lab. <https://krcuganda.org/wp-content/uploads/The-Fort-Portal-Food-System-Lab.pdf>
- [73] Oteba, E. (2025, May 28). Coalition of the Willing, a consumer advocacy group championing sustainable food systems in Fort Portal City. Healthy Food Africa. <https://healthyfoodafrica.eu/blog/coalition-of-the-willing-a-consumer-advocacy-group-championing-sustainable-food-systems-in-fort-portal-city-and-kabarole-district/>
- [74] Bernard, B. (2021, February 3). Visioning sustainable production and consumption of nutritious food in Fort Portal. Healthy Food Africa. <https://healthyfoodafrica.eu/blog/visioning-sustainable-production-and-consumption-of-nutritious-food-in-fort-portal/>
- [75] Ethiopian Statistical Service (2023). Population Size of Towns by Sex, Region, Zone and Weredas: July 2023. <https://ess.gov.et/wp-content/uploads/2023/09/Population-Size-of-Towns-by-Sex-as-of-July-2023.pdf>
- [76] Sidama Region Culture and Tourism Bureau. (2021, June 15). The City of Hawassa. <https://visitsidama.travel/destination/the-city-of-hawassa/>
- [77] Garsow, A. V., Hagos, S., Swartz, H., Lambertini, E., Djimeu, E., & Fokou, C. (2022). Food Safety Attitudes and Practices in a traditional food market in Hawassa, Ethiopia: A Quantitative Formative Assessment. Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/Food-Safety-Attitudes-and-Practices-in-Hawassa-Ethiopia-Quantitative-Formative-Assessment.pdf>

- [78] Federal Democratic Republic of Ethiopia. (2018). Food and Nutrition Policy. <https://www.nipn.eph.gov.et/sites/default/files/2020-05/Food%20and%20Nutrition%20Policy.pdf>
- [79] Ministry of Agriculture. (2024). National food safety and quality strategy for primary agricultural produces. Government of Ethiopia. https://www.moa.gov.et/food-and-nutrition-office/#flipbook-df_3859/1/
- [80] Global Alliance for Improved Nutrition. (2024). Leveraging Consumer Demand to Drive Food Safety Improvements in Traditional Markets – An Intervention Implementation Guide. A USAID Feed the Future EatSafe Report. <http://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/intervention-implementation-guide.pdf>
- [81] Siame, G., Chibamba, D., Nyanga, P. H., Mwalukanga, B., Mushili, B. M., Kabaghe, W., Membele, G., Nchito, W. S., Mulambia, P., & Ndhlovu, D. (2020). The formal-informal interface through the lens of urban food systems: The Soweto food market in Lusaka, Zambia. In N. Marrengane & S. Croese (Eds.), Reframing the urban challenge in Africa: Knowledge co-production from the South (pp. 18–41). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781003008385-2/formal-informal-interface-lens-urban-food-systems-gilbert-siame-douty-chibamba-progress-nyanga-brenda-mwalukanga-beverly-musonda-mushili-wiza-kabaghe-garikai-membele-wilma-nchito-peter-mulambia-dorothy-ndhlovu>
- [82] AfriFOODlinks Project. (2024). <https://afrifoodlinks.org/>
- [83] Machakos Municipality – Machakos County Government. (n.d.). <https://machakos.go.ke/machakos-municipality-1/>
- [84] Kenya National Bureau of Statistics. (2015). Machakos County Statistical Abstract. <https://www.knbs.or.ke/reports/2015-county-statistical-abstracts-machakos/>
- [85] Questionnaire submitted by GAIN
- [86] Government of Kenya, Ministry of Health. (2018). The Kenya Nutrition Action Plan (KNAP) 2018 – 2022. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ken212168.pdf>
- [87] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2023). Food System and Nutrition Governance Mandates and Policy Frameworks and Traditional Fresh Food Markets in Machakos, Kiambu, Nairobi and Nakuru Counties. Internal report: unpublished.
- [88] Machakos County Government. (2016). Machakos County Public Market and Stalls Act, 2016. <https://kenyalaw.org/kl/fileadmin/pdfdownloads/Acts/MachakosCountyPublicMarketandStallsAct2016.pdf>

- [89] Data México. (2025). Mérida: Economy, employment, equity, quality of life, education, health and public safety. Gobierno de México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/en/profile/geo/merida>
- [90] OVIN Oficinas Virtuales. (2025). Economía de Yucatán | Datos Actuales 2025. <https://oficinasvirtualesmerida.com/economia-de-merida-yucatan/>
- [91] United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025, March 11). Creative Cities Network: Mérida. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/merida>
- [92] Instituto Estatal de Acceso a la Información Pública Yucatán. Recurso de revisión 72/2024: Ayuntamiento de Mérida, Yucatán. <https://www.inaipyucatan.org.mx/Transparencia/Portals/0/pdf/recursosrevision/RR2024/722024.pdf>
- [93] Ayuntamiento de Mérida Yucatán. (2024). Circulo 47. <https://www.merida.gob.mx/circulo47/>
- [94] Ayuntamiento de Mérida Yucatán. (2024). Informes de la Administración 2024 - 2027. <https://www.merida.gob.mx/municipio/portal/gobierno/informes.php>
- [95] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). Osasco. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/osasco>
- [96] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2025). Osasco. City Population. https://www.citypopulation.de/de/brazil/regiaosudeste/admin/s%C3%A3o_paulo/3534401_osasco/
- [97] Instituto Nacional de Estatística. (2023). Estatísticas do Distrito de Pemba, 2018 - 2022. <https://ine.gov.mz/web/guest/d/pemba-1>
- [98] Questionnaire submitted by GAIN
- [99] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2021). Policy Options Toolkit: Pemba, Mozambique. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/policy-options-toolkit-pemba-mozambique.pdf>
- [100] FAO, IFAD, UNICEF, WFP & WHO. (2023). The State of Food Security and Nutrition in the World 2023. Urbanization, agrifood systems transformation and healthy diets across the rural–urban continuum. FAO. <https://doi.org/10.4060/cc3017en>
- [101] WUWM - World Union of Wholesale Markets. (2025, February 19). WUWM. <https://wuwm.org/>
- [102] Conversation with Hamidullah Khan Babar, GAIN, 2024.
- [103] Questionnaire submitted by GAIN

- [104] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2021) Keeping food markets working in Peshawar, Pakistan. Policy options toolkit. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/policy-options-toolkit-peshawar-pakistan.pdf>
- [105] Capital Metropolitan Government Peshawar. (n.d.). <https://cmgp.gkp.pk/>
- [106] Government of Khyber Pakhtunkhwa, Planning and Development Department. (2010). Comprehensive Development Strategy 2010-2017. <https://pndkp.gov.pk/2020/11/30/comprehensive-development-strategy-2010-2017/>
- [107] The Khyber Pakhtunkhwa Local Government (Amendment) Act, 2019 – PAKP. (2019, April 29). Provincial Assembly Khyber Pakhtunkhwa. <https://www.pakp.gov.pk/act/the-khyber-pakhtunkhwa-local-government-amendment-act-2019/>
- [108] Global Alliance for Improved Nutrition. (2021). COVID-19 Vendor Survey Factsheet: Markets, Peshawar, Pakistan. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/covid-19-vendor-survey-factsheet-markets-peshawar-pakistan.pdf>
- [109] United States Census Bureau (2020). Pittsburgh City, Pennsylvania. https://data.census.gov/profile/Pittsburgh_city_Pennsylvania?g=160XX00US4261000
- [110] The City of Pittsburgh. (2025). CitiParks Farmers Market Vendor FAQs. <https://www.pittsburghpa.gov/files/assets/city/v/1/parks/documents/2025-fm-vendor-info/2025-vendor-faq-sheet.pdf>
- [111] World Farmers Markets Coalition. (2019). Strengthening Pittsburgh’s Farmers Markets. https://www.pittsburghpa.gov/files/assets/city/v/1/dcp/documents/5005_pittsburgh_fm_report_jan2019w_attachments.pdf
- [112] The City of Pittsburgh Department of City Planning. (2015). Pittsburgh Vacant Lot Toolkit. https://www.pittsburghpa.gov/files/assets/city/v/1/dcp/documents/1760_vltk_final_10-28-15.pdf
- [113] The City of Pittsburgh. (2025). City Planning Programs - Adopt-A-Lot. <https://www.pittsburghpa.gov/Business-Development/City-Planning/Planning-Programs/Adopt-A-Lot>
- [114] Grow Pittsburgh. (2025). Produce. <https://www.growpittsburgh.org/produce/>
- [115] World Population Review. (2025). Quezon City. <https://worldpopulationreview.com/cities/philippines/quezon-city>
- [116] Quezon City Government. (2025). About QC. <https://quezoncity.gov.ph/about-the-city-government/>
- [117] Quezon City Government. (2020). Economy. <https://quezoncity.gov.ph/about-the-city-government/economy/>

- [118] Quezon City Government. (2025). Joy of Urban Farming. <https://quezoncity.gov.ph/program/joy-of-urban-farming/>
- [119] Quezon City Government. (2024, August 25). 108 QC vendors complete country's first-ever vendor business school program. <https://quezoncity.gov.ph/108-qc-vendors-complete-countrys-first-ever-vendor-business-school-program/>
- [120] Macrotrends. (2025). Rawalpindi, Pakistan Metro Area Population (1950-2025). <https://www.macrotrends.net/global-metrics/cities/22054/rawalpindi/population>
- [121] The Urban Unit. (2023). Integrated Solid Waste Management Plan for Rawalpindi Region. <https://urbanunit.gov.pk/Download/publications/Files/20/2024/SWM.pdf>
- [122] Rawalpindi Development Authority. (2023). About Rawalpindi. <https://rda.gop.pk/rawalpindi/>
- [123] Mecca Times. (2025, March 20). Rawalpindi's New Kartarpura Food Street offers spacious, Family-Friendly dining. <https://meccatimes.com/rawalpindis-new-kartarpura-food-street-offers-spacious-family-friendly-dining/>
- [124] Global Alliance for Improved Nutrition. (2021). Policy options toolkit: Rawalpindi, Pakistan. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/policy-options-toolkit-rawalpindi-pakistan.pdf>
- [125] Population Census Data. (2022). Rourkela Urban Region Population 2011–2024. <https://www.census2011.co.in/census/metropolitan/226-raurkela.html>
- [126] Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP). (2023). Milan Pact Awards 2022. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/milan-pact-awards/milan-pact-awards-2022/>
- [127] Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP). (2022). E-Cool Mandi: decentralised cold room run by women preventing vendor distress. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/projects/e-cool-mandi-decentralized-cold-room-run-by-women-preventing-vendor-distress/>
- [128] Koel Fresh Private Limited. (2022). Cold Storage Solutions. <https://koelfresh.in/cold-storage/>
- [129] Edusanjal. (2024). Sandhikharka. <https://edusanjal.com/local-level/sandhikharka/>
- [130] Nepal Structural Diary. (2021). Introduction to Arghakhanchi District. <https://nepalog.com/lumbini-province/arghakhanchi-district/introduction-to-arghakhanchi-district/>
- [131] Shrestha, J., Dhakal, S. C., Shrestha, A., Pradhan, S., & Adhikari, S. (2019). Economics of vegetable seed production in Arghakhanchi, Nepal. Research & Reviews: Journal of Agricultural Science and Technology, 8, 217. <https://sciencejournals.stmjournals.in/index.php/RRJoAST/article/view/2116>

- [132] Acharya, S., Banjade, M. R., Shrestha, A., & Pradhan, M. S. (2024). Strengthening women's economic empowerment: The post-COVID re-opening of the weekly market through participatory action research and deliberative forums in western Nepal. *New Angle Nepal Journal of Social Science and Public Policy*, 9(1), pp 18-28. <https://doi.org/10.53037/na.v9i1.103>
- [133] Southasia Institute of Advanced Studies. (2022). Co-producing a shock resilient business ecosystem for women-led enterprises in Nepal. <https://crew.sias-southasia.org/>
- [134] Khanal, R., & Dhakal, S. C. (2020). Value chain analysis of cucumber in Arghakhanchi, Nepal. *Journal of Agriculture and Forestry University*, 4, 295–302. Agriculture and Forestry University. <https://old.afu.edu.np/sites/default/files/Value%20chain%20analysis%20of%20cucumber%20in%20Arghakhanchi,%20Nepal.pdf>
- [135] IDRC-CRDI. (2024). Co-producing a shock-resilient ecosystem for women-led enterprises in Nepal. <https://idrc-crdi.ca/en/what-we-do/projects-we-support/project/co-producing-shock-resilient-ecosystem-women-led-enterprises>
- [136] GLOW Programme. (2025). Co-producing a shock resilient business ecosystem for women-led enterprises in Nepal. <https://glowprogramme.org/project/co-producing-shock-resilient-business-ecosystem-women-led-enterprises-nepal>
- [137] Gobierno de México. (2024). Informe Anual Sobre La Situación de Pobreza y Rezago Social 2024 - 24 San Luis Potosí. [Report]. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/889821/24028SanLuisPotosi2024.pdf>
- [138] San Luis Potosí Capital. (2025). Sitio Oficial. <https://sanluis.capital/>
- [139] Ayuntamiento de San Luis Potosi. (2024). Plan Municipal de Desarrollo 2024 - 2027. <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotosi/files/generales/PlanMunicipaldeDesarrollo2024.pdf>
- [140] Gobierno de México. (2022). Autorización, Regularización y Cambio de Giro Comercial del Arrendamiento de Locales en los Mercados Municipales. <https://www.catalogonacional.gob.mx/FichaTramite?traHomoclave=DDCOM-2022-8293-013-A>
- [141] Ayuntamiento de San Luis Potosi. (2025). Gacetas Municipales. <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotosi/GacetasMunicipales>
- [142] Noticias San Luis. (2025, May 11). De Corazón mi Casa dignificara viviendas en Los Arbolitos, anuncia Alcalde Galindo. <https://www.noticias-sanluis.com/2025/05/de-corazon-mi-casa-dignificara-viviendas-en-los-arbolitos-anuncia-alcalde-galindo/>

- [143] Ayuntamiento de San Luis Potosí. (2025). Gacetas Municipales. <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotosi/GacetasMunicipales>
- [144] Torres, H. (2025, April 2). ¡Llega la Feria del Elote 2025 a SLP! Lugar, fechas y todo lo que encontrarás. San Luis El Universal. <https://sanluis.eluniversal.com.mx/metropoli/llega-la-feria-del-elote-2025-a-slp-lugar-fechas-y-todo-lo-que-encontraras/>
- [145] Seoul Metropolitan Government. (2025). Administrative Digest. Internal report: unpublished.
- [146] Seoul Metropolitan Government. (2025). Support policies for fostering vibrant and attractive traditional markets. https://news.seoul.go.kr/economy/tradition_biz_intro
- [147] Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco. (2024). Zapopan Diagnóstico Municipal. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2024/09/Zapopan.pdf>
- [148] Gobierno Municipal de Zapopan. (2010). Gobierno Municipal de Zapopan 2010-2012. <https://www.zapopan.gob.mx/wp-content/uploads/2011/06/City-Profile-Zapopan.pdf>
- [149] Data México. (2025). Zapopan: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública. Gobierno de México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/zapopan>
- [150] Gobierno Municipal de Zapopan. (2018). Reglamento de Tianguis y Comercio en Espacios Públicos del Municipio de Zapopan, Jalisco. In Gaceta Municipal, Gaceta Municipal: Vol. XXV-XXV (Issue 71). <https://servicios.zapopan.gob.mx:8000/wwwportal/publicfiles/descargasEnlaces/07-2024/Reglamento%20de%20Tianguis%20y%20Comercio%20en%20Espacios%20P%C3%ABlicos.pdf>
- [151] Gobierno Municipal de Zapopan. (2025). Plan Municipal Desarrollo y Gobernanza 2024-2027. Gaceta Municipal: Vol. XXXII No.216. https://www.zapopan.gob.mx/wp-content/uploads/2025/06/Plan_Municipal_Desarrollo_y_Gobernanza_2024_2027.pdf
- [152] Gobierno Municipal de Zapopan. (2024). Reglas de Operación del Programa “Comedores Comunitarios Zapopan”. Gaceta Municipal: Vol. XXXI No.22. https://servicios.zapopan.gob.mx:8000/wwwportal/publicfiles/2024-01/Gaceta%20Vol.%20XXXI%20No.%2022_opt.pdf
- [153] Gil-Castaldo, C. (2020, August 13). Zapopan promueve alimentación sostenible y salva animales. Igualdad Animal México. <https://igualdadanimal.mx/noticia/2020/08/11/zapopan-implementa-dietas-sostenibles-que-salvaran-miles-de-animales/>
- [154] Gobierno Municipal de Zapopan. (2022). Guía para evitar el desperdicio de alimentos. https://portal.zapopan.gob.mx/medioambiente/documentos/guia_evitar_desperdicio_alimentos.pdf

