MISIÓN INTERNACIONAL

Mercados Municipales Resilientes e Innovadores

Una misión técnica internacional para la transformación de los mercados como motores de economía local, cohesión social y sostenibilidad urbana

Fechas: del 10 al 13 de noviembre de 2026 | **Provincia de Barcelona**

RED cooperación cooperação
UNIÓN IBEROAMERICANA DE MUNICIPALISTAS
UNIÃO IBERO-AMERICANA DE MUNICIPALISTAS
UIM
UNIÓN IBEROAMERICANA DE MUNICIPALISTAS
UNIÃO IBERO-AMERICANA DE MUNICIPALISTAS
Diputació Barcelona
Iber TURISMO
TERRITORIOS TURÍSTICOS
TERRITÓRIOS TURÍSTICOS

La **Unión Iberoamericana de Municipalistas (UIM)**, la **Diputación Provincial de Barcelona** y la **Red UIM de Cooperación Internacional al Desarrollo Local (RUDICEL)**, impulsan la **Misión Técnica Internacional "Mercados municipales como motores de desarrollo económico local, turismo sostenible y economía circular"**, concebida como un espacio de aprendizaje aplicado, cooperación descentralizada e intercambio de experiencias entre gobiernos locales de España y América Latina.

La Diputación de Barcelona desempeña un papel estratégico en el desarrollo de esta iniciativa, facilitando el conocimiento de políticas, programas y experiencias implementadas en la provincia para la modernización, revitalización y fortalecimiento de los mercados municipales. Su participación permitirá acercar a los asistentes a una diversidad de modelos de gestión, desde grandes mercados urbanos hasta mercados de municipios medianos y pequeños, así como conocer instrumentos de apoyo al comercio de proximidad, la cohesión social, la innovación, la sostenibilidad y la dinamización turística de los territorios.

La misión parte del reconocimiento de que los mercados municipales y las ferias barriales constituyen infraestructuras urbanas fundamentales para el desarrollo económico local, la generación de empleo, el abastecimiento alimentario, la preservación de la identidad cultural y la articulación de la vida comunitaria. Frente a los desafíos derivados de la competencia comercial, el deterioro de las infraestructuras, la informalidad, la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo, la experiencia de Barcelona y de los municipios de su provincia ofrece un marco especialmente relevante para analizar procesos de transformación desarrollados durante las últimas décadas.

A través de visitas técnicas, encuentros con responsables públicos, gestores de mercados, asociaciones de comerciantes y actores económicos y sociales, los participantes podrán conocer experiencias vinculadas con la gobernanza institucional, la integración de los mercados en la planificación urbana, la innovación digital, la economía circular, la reducción del desperdicio alimentario, el comercio de proximidad y la articulación entre mercados, identidad territorial y turismo. La misión no plantea la reproducción automática de un modelo europeo, sino la identificación crítica de herramientas, aprendizajes y soluciones que puedan ser adaptadas a las realidades de los gobiernos locales latinoamericanos.

Esta actividad se inscribe, además, en el marco de las acciones promovidas por la Red **Iberturismo**, reforzando la dimensión turística de los mercados municipales como espacios de identidad, patrimonio alimentario, encuentro de la ciudadanía y promoción de los productos locales. Desde esta perspectiva, los mercados son abordados no solo como equipamientos comerciales, sino como activos estratégicos capaces de fortalecer la economía urbana, diversificar la oferta turística, poner en valor la cultura gastronómica y generar beneficios sostenibles para comerciantes, productores y comunidades locales.

1. JUSTIFICACIÓN Y CONTEXTO

Los mercados municipales y las ferias barriales son, en la mayoría de las ciudades latinoamericanas, una de las infraestructuras urbanas de mayor densidad social y económica. Concentran empleo popular, garantizan acceso alimentario a sectores vulnerables, estructuran la vida del barrio y preservan identidades culturales que ningún otro espacio comercial puede replicar. Sin embargo, enfrentan hoy una presión simultánea desde múltiples frentes: la competencia del comercio moderno y las plataformas digitales, el deterioro de la infraestructura física, la informalidad estructural, la débil institucionalidad gestora y, en muchos casos, el abandono progresivo de las políticas públicas locales.

Esta situación no es nueva ni exclusiva de América Latina. Las ciudades europeas vivieron un proceso similar entre los años setenta y noventa del siglo pasado: sus mercados municipales perdieron cuota de mercado frente a los supermercados, se deterioraron físicamente y fueron percibidos durante décadas como espacios obsoletos. Lo que diferencia la experiencia europea —y en particular la catalana y barcelonesa— es que una parte significativa de esas ciudades decidió no dejar morir sus mercados, sino invertir en su transformación. El resultado, tres décadas después, es un modelo de mercado municipal que combina función comercial de proximidad, cohesión social, turismo, sostenibilidad y dinamismo económico.

Esta misión técnica propone precisamente ese recorrido: no la contemplación de un modelo acabado y distante, sino el aprendizaje situado de un proceso de transformación con sus aciertos, sus tensiones y sus condiciones de posibilidad, para extraer lecciones aplicables a contextos latinoamericanos diversos.

2. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades de autoridades, directivos, gestores y técnicos de gobiernos locales iberoamericanos mediante el intercambio de experiencias y el conocimiento de modelos innovadores de gestión de mercados municipales desarrollados en la provincia de Barcelona, promoviendo su reconocimiento como infraestructuras estratégicas para el desarrollo económico local, la cohesión social, la sostenibilidad, la seguridad alimentaria, la economía circular y el turismo sostenible.

Objetivos específicos

- Analizar los modelos de gobernanza, planificación y gestión de los mercados municipales implementados en la provincia de Barcelona, identificando los factores institucionales que han permitido su modernización, sostenibilidad y adaptación a los nuevos retos urbanos.
- Conocer experiencias de revitalización de mercados municipales como instrumentos de dinamización económica, regeneración urbana y fortalecimiento del comercio de proximidad, valorando su contribución al desarrollo territorial y a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- Identificar estrategias innovadoras relacionadas con la transformación digital, la economía circular, la gestión ambiental, la reducción del desperdicio alimentario y la resiliencia de los sistemas alimentarios locales, evaluando su potencial de adaptación a diferentes contextos iberoamericanos.
- Explorar el papel de los mercados municipales como espacios de identidad territorial, patrimonio gastronómico y atracción turística, analizando su integración en las estrategias locales de turismo sostenible y promoción de los productos de proximidad.
- Promover el intercambio de conocimientos y el aprendizaje entre pares mediante el diálogo entre responsables públicos, gestores de mercados, asociaciones de comerciantes, especialistas y participantes, favoreciendo la construcción de redes de cooperación y la transferencia de buenas prácticas entre España y América Latina.

¿POR QUÉ VISITAR MERCADOS MUNICIPALES EN LA PROVINCIA DE BARCELONA?

La provincia de Barcelona concentra, en menos de 100 kilómetros de radio, uno de los ecosistemas de mercados municipales más diversos y documentados de Europa. En este territorio conviven mercados metropolitanos de proyección internacional, mercados de ciudad media en proceso de modernización, mercados de barrio con fuerte función social y mercados de pequeño municipio que sostienen la cohesión comunitaria en contextos de presión demográfica.

Lo que hace singular esta experiencia no es la perfección de los modelos, sino la acumulación de historia: más de treinta años de política pública sostenida en materia de mercados, con sus aciertos, sus tensiones y sus debates abiertos. Esa historia documentada y autocriticada es el activo de aprendizaje más valioso que la provincia puede ofrecer a técnicos y gestores latinoamericanos.

Los mercados seleccionados en este dossier no son escaparates de éxito sin matices. Son casos de estudio reales, con sus contradicciones y sus preguntas sin resolver, diseñados para interpelar al visitante y provocar la reflexión sobre los propios contextos.

4. EJES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

EJE 1 · Gobernanza y gestión institucional de mercados

Este es el eje de mayor potencia para los participantes latinoamericanos porque toca directamente el problema más frecuente: la debilidad institucional en la gestión de mercados, la politización de las decisiones, la conflictividad con las asociaciones de comerciantes y la ausencia de modelos de gestión estables y profesionales.

La experiencia catalana ofrece un abanico de modelos que va desde la gestión pública directa y profesionalizada —representada por el **Instituto Municipal de Mercados de Barcelona (IMMB)**, que gestiona 39 mercados municipales bajo una estrategia común— hasta modelos de gestión mixta con fuerte participación de las asociaciones de vendedores. Este modelo es el resultado de décadas de construcción institucional paciente y es en sí mismo una de las lecciones más valiosas de la misión.

Igualmente, relevante es el debate sobre formalización progresiva y diálogo con comerciantes. La experiencia catalana muestra que los procesos de regularización impuestos desde arriba fracasan sistemáticamente, mientras que los procesos negociados, con plazos graduales, compensaciones e incentivos, generan adhesión y sostenibilidad. Este aprendizaje es directamente aplicable a los mercados latinoamericanos donde la informalidad no es una patología sino una respuesta racional a la ausencia de condiciones institucionales.

EJE 2 · Mercados como infraestructura urbana estratégica y turística

En América Latina, los mercados de abastos raramente son pensados como infraestructura urbana en sentido pleno. Son gestionados como equipamientos comerciales aislados, desconectados de la planificación urbana, la movilidad y el espacio público circundante. La experiencia europea invierte esta lógica: el mercado es un nodo urbano cuya vitalidad depende en gran medida de su integración con el entorno.

Este eje trabaja la relación entre el mercado y el espacio público inmediato, la peatonalización y la movilidad sostenible como condiciones de accesibilidad, el urbanismo táctico aplicado a los entornos de mercado y la seguridad como factor de atracción o expulsión de usuarios. Para muchos participantes, la revelación no será el mercado en sí sino lo que ocurre alrededor: cómo el espacio público diseñado para las personas amplifica la vida del mercado y cómo el mercado, a su vez, genera actividad y seguridad en el espacio público.

EJE 3 · Economía local, empleo y cohesión social

Este eje es el más directamente conectado con la realidad latinoamericana y el que genera habitualmente mayor reconocimiento e identificación en los participantes. Los mercados de abastos en América Latina son, ante todo, espacios de economía popular: concentran trabajo autónomo de sectores de bajos ingresos, con fuerte presencia femenina, y constituyen en muchos casos el único mecanismo de acceso a empleo estable para poblaciones excluidas del mercado laboral formal.

La experiencia europea en este ámbito ofrece lecciones valiosas sobre cómo proteger la función social del mercado cuando las presiones del mercado inmobiliario, el turismo o la modernización

amenazan con expulsar a los operadores tradicionales de menores recursos. El debate sobre gentrificación de mercados, la regulación de precios de los puestos y los mecanismos de apoyo a vendedores vulnerables es plenamente pertinente para contextos latinoamericanos.

Las ferias barriales merecen atención específica como formato complementario al mercado cubierto: más flexible, de menor coste de infraestructura y con gran capacidad de penetración en barrios periféricos. La provincia de Barcelona tiene una tradición rica de mercados de plaza y ferias semanales que operan en complementariedad con los mercados municipales cubiertos.

EJE 4 · Innovación y digitalización

La innovación en mercados municipales es con frecuencia el tema que más expectativas genera entre los participantes y también el que más riesgo de deslumbramiento acrítico conlleva. El enfoque de la misión en este eje es deliberadamente cauteloso: la innovación tecnológica es un medio, no un fin, y su implementación exitosa requiere condiciones institucionales, organizativas y culturales que no siempre están presentes.

El contenido trabaja en dos niveles. El primero es la innovación en el modelo de servicio: qué nuevas funciones puede asumir un mercado municipal más allá de la venta de alimentos (espacios de formación, servicios de proximidad, usos en horario de baja actividad, integración con el comercio del entorno). El segundo es la innovación digital propiamente dicha: plataformas de venta online, sistemas de gestión interna, comunicación en redes sociales, trazabilidad de producto, apps de aprovechamiento alimentario.

EJE 5 · Resiliencia, seguridad alimentaria y sostenibilidad

Este eje trabaja el mercado como infraestructura crítica del sistema alimentario local, con especial atención a su papel en situaciones de crisis —sanitarias, económicas, climáticas— y a su potencial como nodo de economía circular y reducción del desperdicio alimentario.

Esta experiencia compartida en Europa y América Latina es un punto de partida potente para reflexionar sobre la resiliencia de los sistemas alimentarios locales.

La economía circular aplicada a mercados abarca la gestión del residuo orgánico (compostaje, biogás), la reducción del desperdicio alimentario (donación de excedentes, venta de producto de segunda categoría, apps de aprovechamiento), la eliminación de plásticos de un solo uso y el fortalecimiento de los circuitos cortos de comercialización que conectan productor local y mercado municipal.

5. EXPERIENCIAS INSPIRADORAS EN LA PROVINCIA DE BARCELONA

La selección de experiencias y visitas técnicas podrá actualizarse o ajustarse de acuerdo con la disponibilidad de las entidades anfitrionas y las necesidades organizativas de la misión.

BARCELONA

Mercado de Sant Antoni

Patrimonio, renovación urbana y nuevos usos

Mercado histórico · Gestión del Instituto Municipal de Mercados de Barcelona

Una rehabilitación integral que recuperó la arquitectura histórica amplió los servicios e integró el mercado con el espacio público y la vida del barrio.

- Patrimonio y actividad comercial en un mismo proyecto.
- Participación de comerciantes durante la transformación.
- Nuevos usos sin perder la identidad del mercado.

BARCELONA

Mercado de Montserrat

Un mercado de barrio renovado sin perder su carácter popular

Mercado de proximidad · Entorno social y culturalmente diverso

Un mercado cotidiano que modernizó sus instalaciones manteniendo precios, servicios y una relación cercana con la comunidad del barrio.

- Modernización sin elitización ni desplazamiento.
- Oferta adaptada a una población diversa.
- Política pública ajustada a la realidad del territorio.

VILANOVA I LA GELTRÚ

Mercado del Centro

Ciudad intermedia, litoral y productos de proximidad

Garraf · A 50 km de Barcelona · Pescado, vino, aceite y hortalizas locales

El principal mercado de una ciudad costera que combina abastecimiento local, turismo estacional y promoción de productos agroalimentarios del entorno.

- Equilibrio entre residentes y visitantes.
- Circuitos cortos entre productores y consumidores.
- Mercado como dinamizador del centro histórico.

GRANOLLERS

Mercado de Sant Carles y feria semanal

Dos formatos comerciales que se complementan

Vallès Oriental · A 40 km de Barcelona · Feria tradicional cada jueves

El mercado cubierto convive con una feria semanal que ocupa las calles del centro, mostrando cómo distintas modalidades comerciales pueden reforzarse mutuamente.

- Mercado permanente y feria en funcionamiento simultáneo.
- Organización del comercio temporal en el espacio público.
- Relación directa con productores del territorio.

BARCELONA

Mercado de la Boquería

Turismo y función social: un equilibrio siempre abierto

Las Ramblas · Inaugurado en 1840 · Gestión asociativa de comerciantes

Uno de los mercados más conocidos del mundo y un caso clave para analizar cómo la presión turística puede transformar la oferta, la clientela y la identidad comercial.

- Oportunidades y riesgos de la notoriedad internacional.
- Tensión entre abastecimiento local y consumo turístico.
- Necesidad de regulación y acuerdos de gobernanza.

OBSERVAR · COMPARAR · TRANSFERIR

Cada experiencia propone preguntas, aprendizajes y soluciones que pueden adaptarse a los mercados municipales de Iberoamérica.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

La Misión Técnica Internacional se desarrollará mediante una metodología de **aprendizaje entre pares**, orientada a facilitar la transferencia de conocimientos, el intercambio de experiencias y la aplicación práctica de soluciones en los gobiernos locales participantes. Más que conocer experiencias exitosas, la misión busca comprender los procesos de transformación que han permitido convertir a los mercados municipales de la provincia de Barcelona en instrumentos de desarrollo económico local, cohesión social, sostenibilidad y promoción turística.

La metodología combina **sesiones técnicas**, **visitas de campo**, **diálogos con responsables institucionales, gestores de mercados y asociaciones de comerciantes**, así como espacios de reflexión colectiva que permitan analizar críticamente las experiencias observadas e identificar aquellas prácticas con mayor potencial de adaptación a los distintos contextos iberoamericanos.

Cada actividad estará guiada por preguntas de análisis previamente definidas, facilitando la observación de aspectos relacionados con la gobernanza, los modelos de gestión, la revitalización urbana, la innovación, la digitalización, la economía circular, la seguridad alimentaria y la integración de los mercados en las estrategias de desarrollo territorial y turismo sostenible.

FECHA, DURACIÓN Y MODALIDAD

La misión se desarrollará del 10 al 13 de noviembre de 2026, en formato presencial, con una duración de cuatro jornadas intensivas de trabajo técnico, de martes a viernes.

Aunque el programa académico comienza el martes 10 de noviembre, se recomienda que las personas participantes lleguen a Barcelona el lunes 9 de noviembre de 2026, con el fin de facilitar su instalación, acreditación y participación desde el inicio de las actividades.

La salida se recomienda para el sábado 14 de noviembre de 2026. Ese día no se programarán actividades académicas, lo que permitirá organizar con mayor comodidad los desplazamientos hacia aeropuertos, estaciones de tren u otros puntos de conexión.

El pago de la inscripción incluye:

- Alojamiento durante **cinco** noches, del **9 al 14 de noviembre de 2026**, en habitación doble compartida (Ingreso a partir de las 15:00 horas, Salida el 14 antes de las 10:00 a.m.).
- Alimentación (desayuno y almuerzo), cenas no incluidas.
- Participación en todas las sesiones académicas, técnicas e institucionales previstas en el programa.
- Visitas técnicas a los mercados municipales y experiencias seleccionadas.
- Traslados colectivos vinculados con las actividades oficiales de la misión.
- Materiales de trabajo y documentación técnica.
- Coordinación, asistencia y acompañamiento del equipo organizador durante el desarrollo de la misión.
- Certificación de participación.

La inscripción no incluye los billetes aéreos o terrestres de llegada a Barcelona, los traslados individuales desde o hacia el aeropuerto o la estación, los trámites de visado, el seguro de viaje y asistencia médica, las comidas no contempladas en el programa oficial ni los gastos personales.

LUGAR Y SEDE BASE DE LA MISIÓN

La **Misión Técnica Internacional "Mercados Municipales Resilientes e Innovadores"** tendrá como sede base la ciudad de **Barcelona (España)**, desde donde se articulará el desarrollo del programa y la coordinación de las actividades previstas en los diferentes municipios de la provincia.
Barcelona constituye uno de los principales referentes internacionales en materia de gestión de mercados municipales, contando con una amplia red de equipamientos que han evolucionado hacia modelos de innovación, sostenibilidad, regeneración urbana y promoción del comercio de proximidad.

MODALIDADES DE INSCRIPCIÓN

La participación la misión técnica contempla diferentes modalidades de inscripción, con tarifas diferenciadas según el momento de registro y la vinculación institucional de las personas participantes.

Modalidad	Precio por persona
Inscripción general	2.000 €
Inscripción anticipada antes del 30 de agosto	1.800 €
Entidades aliadas / redes UIM /	1.600 €
Suplemento habitación individual por 5 días	760 €
Acompañante participante de la Misión	2000 €
Acompañante NO participantes	1.600 €

Condiciones de las tarifas

La inscripción general tiene un valor de 2.000 € por persona. Para facilitar la participación, podrá abonarse en dos cuotas:

Pago	Importe	Momento de pago
Primera cuota	**1.000 €**	Al formalizar la inscripción
Segunda cuota	**1.000 €**	Un mes antes del inicio de la misión

La **tarifa de inscripción anticipada** será de **1.600 €** para quienes formalicen su registro y reserva de plaza antes del **15 de septiembre de 2026**. Asimismo, las personas **vinculadas a entidades aliadas o redes UIM** podrán acceder a una tarifa especial de **1.600 €**, previa validación por parte de la organización.

El **suplemento por habitación individual** será de **760 €** por las cinco noches previstas, sujeto a disponibilidad. En caso de no contratar este suplemento, el alojamiento se realizará en habitación doble compartida.

La modalidad de acompañante participante tendrá un valor de **2.000 €** e incluirá el acceso completo al programa académico, técnico e institucional, las visitas, los desplazamientos colectivos, la alimentación prevista, los materiales y la certificación.

Para los **acompañantes que no participen** en las sesiones académicas, técnicas o institucionales se aplicará una tarifa de **1.600 €**. Esta modalidad incluye alojamiento en habitación compartida, desayuno y almuerzo, así como los desplazamientos colectivos y el acceso a las actividades logísticas o sociales autorizadas por la organización. No incluye participación en las sesiones técnicas, materiales académicos ni certificación.

Toda persona que utilice alojamiento, transporte, comidas o participe en visitas deberá estar previamente registrada en la modalidad correspondiente. No será posible incorporar acompañantes no inscritos de manera ocasional a los desplazamientos, comidas o actividades del programa.

INFORMACIÓN Y CONTACTO

JOSE CHIRA L. Coordinador de Proyectos Regionales

Sede UIM España: Plaza Mariana Pineda, 9 18009 Granada, España

Tel: +34 958 215 047 extensión 602

Email: convocatorias_act@uimunicipalistas.org

UNIÓN IBEROAMERICANA
DE MUNICIPALISTAS
UNIÃO IBERO-AMERICANA
DE MUNICIPALISTAS

Plaza Mariana Pineda, 9 18009
San José Baja, 35 - 18005
Granada, España
Tel: +34 958 215 047
Fax: +34 958 229 767
www.uimunicipalistas.org