

Declaración del IX Congreso Internacional de Mercados Públicos – Barcelona, España el 28 de marzo de 2015

Como espacios públicos vitales que permiten el intercambio diario entre compradores y productores locales, los mercados públicos —tanto de gestión pública como de gestión privada— acumulan un patrimonio cultural e histórico que debemos esforzarnos en conservar, reforzar y ampliar. A diferencia de otras formas de iniciativas comerciales, los mercados públicos no solo son de gestión pública sino que tienen vocación pública, y aportan un gran valor a la salud económica, social, física y medioambiental de las comunidades a las que sirven.

El intercambio comercial diario que forma el núcleo del sistema de mercados públicos (un sistema que incluye desde mercados temporales y vendedores ambulantes hasta mercados al aire libre o barrios enteros de ciudades) ofrece potentes oportunidades para transformar ciudades y regiones de todo el mundo en lugares dinámicos, sostenibles y socialmente cohesionados. Teniendo en cuenta rápida urbanización del siglo XXI, la capacidad de los mercados públicos para generar vínculos vitales entre el mundo urbano y el mundo rural, así como para impulsar el empleo y el desarrollo económico tanto a escala local como regional, adquiere una importancia especial para las nuevas regiones del sur global en proceso de urbanización. Con 43 mercados permanentes y toda una gama de actividad de mercado en interiores y al aire libre, la ciudad que nos acoge, Barcelona, es una «ciudad mercado» ejemplar: todos sus habitantes tienen un mercado a poca distancia de su casa y los mercados públicos constituyen elementos centrales del carácter y la resiliencia de cada barrio.

Hoy día, pese a su larga trayectoria y a los numerosos beneficios que suponen, los mercados públicos se enfrentan a grandes retos a causa de un reconocimiento insuficiente tanto en lo que se refiere a políticas como a investigación y financiación. Muchas ciudades carecen de políticas o recursos adecuados para invertir en mantenimiento básico e higiene, para ampliar o crear nuevos mercados, o para gestionar con eficiencia los espacios públicos de modo que puedan integrar la actividad de los mercados. Algunos mercados públicos han quedado arrasados por la guerra o bien han sido demolidos o trasladados para dar paso a nuevos proyectos de urbanización. Y otros se han ido deteriorando, puesto que las autoridades públicas han optado por favorecer el desarrollo de grandes supermercados y centros comerciales.

Mediante la firma de la presente declaración, los participantes del Congreso, procedentes de más de 40 países, se comprometen a:

- 1. Trabajar estratégicamente para fomentar los beneficios de los mercados públicos como:**
 - Nexos que vinculen regiones urbanas y periurbanas para, así, facilitar el intercambio entre productores y consumidores y estimular el desarrollo económico en los ámbitos local y regional.
 - Lugares dinámicos, inclusivos y seguros en los que distintas comunidades puedan realizar intercambios y reunirse libremente, independientemente de la raza, el género, la edad, las capacidades o las condiciones socioeconómicas.
 - Centros vitales de los sistemas alimentarios de proximidad que ofrezcan a los consumidores un acceso equitativo a alimentos con precios asequibles.
 - Vías para la promoción y la preservación de la cultura y el patrimonio locales.
 - Motores de emprendimiento y empleo que permitan especialmente a mujeres, jóvenes y personas con ingresos reducidos realizar una transición de la economía informal a la economía formal.
 - Centros de barrios que animen las calles, las plazas y otros espacios públicos que incentiven la renovación de la comunidad y estimulen la actividad económica en líneas generales.
- 2. Promover la inclusión de los mercados públicos en las agendas políticas y en los marcos normativos de los gobiernos de nuestras respectivas ciudades, regiones o países.** De este modo aumentarán las inversiones en mercados destinadas a alcanzar un mayor grado de capacidad organizativa y de gestión, a mejorar los espacios públicos y las infraestructuras físicas, así como a fomentar programas que optimicen los beneficios de los mercados, principalmente para las poblaciones marginales o en riesgo.

3. **Propugnar la integración estratégica de los mercados públicos en la nueva agenda global del desarrollo.** En los próximos dos años, a la vez que el mundo adopte nuevas políticas destinadas al desarrollo urbano sostenible, a la promoción de sistemas alimentarios equitativos y a la paliación general de la pobreza, los mercados públicos deberían ser reconocidos como una estrategia probada y con visión de futuro, capaz de implementarse y adaptarse a múltiples contextos regionales.

Estos ambiciosos objetivos pueden alcanzarse haciendo posible una política normativa de apoyo a los mercados, colaboraciones público-privadas, redes integradas de profesionales y defensores de los mercados públicos, cooperación entre ciudades, información compartida a gran escala y acciones de base locales en mercados y comunidades de todo el mundo.