



**Cátedra
Extraordinaria de
Economía Circular
en la Gestión de
Mercados Públicos**



CÁTEDRA MERCADOS CIRCULARES
+ SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO
(GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO)
CIUDAD DE MÉXICO, 21 - 23 DE NOVIEMBRE
PROF. JOSE LUIS PARADA



**GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO**

SEDECO

El presente informe responde a la visita del director de la Cátedra Extraordinaria de Economía Circular en la Gestión de Mercados Públicos, con motivo de la continuación de las relaciones establecidas en los años anteriores.

Durante los meses de marzo y junio de 2023, la Cátedra asesoró a los directores de mercados de Ciudad de Panamá, Ciudad de México y Ciudad de Guatemala en el marco de un proyecto de cooperación con la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) en torno a la gestión sostenible de mercados. Una vez finalizó el proyecto, hubo continuidad con la visita de dos investigadores de la Cátedra a la Ciudad de Panamá en el mes de agosto de 2023, ciudad que había liderado el proyecto de la UCCI (véase el informe correspondiente).

La visita a Panamá era de una doble dirección: de un lado, completar la asesoría anterior, con el trabajo de campo; de otro, aprender de las buenas prácticas de la ciudad de acogida. El resultado fue que se pudieron analizar las semejanzas y diferencias socioeconómicas de ambas ciudades (Panamá y Madrid) y cómo eso se refleja en las estrategias municipales de mercados.

Tras la visita a Panamá, se compartieron los resultados con los socios de proyecto (Ciudad de México y Ciudad de Guatemala) y se abrió la posibilidad de realizar una segunda visita, en este caso a CDMX, ciudad que resultaba de especial interés considerando la experiencia acreditada en gestión de mercados y la dimensión de la ciudad, que cuenta con más de 300 mercados.

En las siguientes páginas puede revisarse el contenido y los aprendizajes de la visita, que destacamos a continuación, no sin antes destacar lo siguiente:

La SOSTENIBILIDAD es una realidad en las estrategias municipales. En CDMX se ha podido comprobar la apuesta por las energías renovables en la Central de Abastos (paneles fotovoltaicos, planta de biodiesel, biodigestor, producto de proximidad) del mismo modo que la renovación de los mercados incluye la renovación de infraestructuras e instalaciones en pro de una reducción del consumo de recursos, la mejora de la salubridad y el dinamismo de las comunidades locales.

:



1. ***La dimensión de una ciudad resulta de vital importancia a la hora de elaborar una estrategia homogénea de mercados.*** La magnitud de CDMX, con cerca de 10.000.000 de ciudadanos (más 12.000.000 de trabajadores diarios que se suman a los oriundos de la ciudad), 16 alcaldías y una extensión y casi 1.500 kms² de extensión, manifiesta unas hondas diferencias que **requieren una gestión deslocalizada.**

2. A pesar de las diferencias, existen, como no, semejanzas en la gestión de mercados: la competitividad comercial, la obligación de renovar infraestructuras e instalaciones, la necesidad de educar en sostenibilidad... Pero, al mismo tiempo, se comprende que se debe respetar la idiosincrasia de los barrios, de las gentes, de las costumbres. **El reto consiste, pues, en promover cambios estructurales, respetando la identidad local.**



3. **Las estrategias dirigidas a la renovación de los mercados son necesarias para impulsar el desarrollo económico de las colonias y de las alcaldías.** Además, debe destacarse cómo la reubicación de concentraciones informales en mercados municipales, contribuye a mejorar la higiene y la seguridad de las comunidades locales donde se inscriben.



4. **En una ciudad con una baja participación ciudadana se antoja esencial el papel de la Administración.** Y así se ha comprobado cómo el papel tanto del Gobierno de la Ciudad, como de las alcaldías, como del gobierno federal, ha resultado definitivo para la transformación de espacios que fomentan la cohesión social.

5. **La colaboración entre las ciudades es fundamental: existen fuertes vínculos culturales, económicos y sociales entre los países iberoamericanos que nos obligan a cooperar, a compartir experiencias y buenas prácticas en pro del fortalecimiento de unos lazos culturales que incluyen a los mercados como uno de sus elementos característicos.**

