

# En acción

¡Uniendo fuerzas para construir un sistema alimentario resiliente, sostenible, seguro y saludable!

Noviembre 2021



## Prólogo

Estimados lectores,

El mes de octubre ha estado marcado por dos acontecimientos importantes para la WUWM y para la transformación de los sistemas alimentarios. En primer lugar, el Foro del Pacto de Políticas Alimentarias Urbanas de Milán (MUFPP) que tuvo lugar en Barcelona. Importantes ciudades de todo el mundo se reunieron para compartir las mejores políticas alimentarias urbanas, y señalaron el papel clave que pueden desempeñar las ciudades para garantizar sistemas alimentarios sostenibles en las próximas décadas. Más de 100 ciudades participaron. Durante el Foro, fue invitada la WUWM a coorganizar un evento que destacaba el papel de los mercados mayoristas en la transición de los sistemas alimentarios hacia la sostenibilidad.

1 Octubre también ha sido el mes de la campaña «Ama tu mercado local» (LYLM). La campaña es un evento anual que se celebra en mil mercados callejeros de alimentos frescos al aire libre y cubiertos de todo el mundo, y que tiene como objetivo atraer a más ciudadanos a los mercados callejeros mediante la organización de conciertos, show cookings con productos de temporada y otras actividades atractivas. Lo celebramos con un evento de lanzamiento en Barcelona, que tuvo lugar justo después del MUFPP. La WUWM se sintió especialmente honrada de lanzar la campaña en Barcelona, ya que este año la ciudad fue distinguida como «Capital mundial de la alimentación sostenible», reconociendo el trabajo exitoso de la ciudad para estructurar su oferta de alimentos frescos y garantizar un mejor acceso a dietas más saludables a sus ciudadanos. Esta fue una forma de mostrar el impacto de las buenas políticas alimentarias urbanas, ya que la mayoría de los mercados callejeros son propiedad de los gobiernos locales y están regulados por ellos, y se abastecen principalmente de los mercados mayoristas. Nos alegramos de ver a muchos delegados del MUFPP, al vicealcalde de Barcelona y a otros representantes de la ciudad unirse al lanzamiento del LYLM. Se ha demostrado que los mercados callejeros



son actores clave para fomentar una mejor alimentación, pues proporcionan acceso a una gran variedad de alimentos frescos -sobre todo frutas y verduras de temporada y locales-, que al mismo tiempo son económicamente accesibles para los hogares con ingresos más bajos. Por ello, animamos a las ciudades a utilizar esta herramienta para mejorar sus políticas alimentarias urbanas.

Además de estos importantes eventos para nuestra organización, WUWM también estuvo presente en el segundo Foro Internacional de Vínculos Urbano-Rurales organizado por ONU-HABITAT y está participando en los debates de la COP26, donde aboga por la transformación de los sistemas alimentarios para reducir las emisiones de CO2 y mitigar los efectos del cambio climático. En esta edición de «En Acción» encontrarán una serie de entrevistas, prácticas y vías para garantizar mejores entornos alimentarios y mercados minoristas a nivel local, así como una mención especial a la COP26 y sus implicaciones para nuestro sector.

Como Presidente de la WUWM me comprometo a representar activamente a nuestros miembros a nivel internacional y a continuar nuestro trabajo en pro de unos sistemas alimentarios más saludables, resistentes y sostenibles que contribuyan a la salud del planeta.

Atentamente,

**Stéphane Layani,**  
Presidente en funciones de la WUWM

# En bucle

**La WUWM une sus fuerzas con alcaldes de todo el mundo en el 7º Foro del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP) para fomentar políticas alimentarias urbanas sostenibles**

Durante el 7º Foro Global del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP), que tuvo lugar en Barcelona del 19 al 21 de octubre, la WUWM organizó, junto con el Ayuntamiento de Barcelona, una mesa redonda en la que se abordó el tema: «El futuro de la alimentación en el mundo post Covid-19: el papel de los mercados mayoristas para garantizar la disponibilidad de alimentos saludables y la transición de los sistemas alimentarios hacia la resiliencia y la sostenibilidad».

2

La sesión destacó la importancia de los mercados mayoristas en la creación de redes alimentarias urbanas sostenibles, ya que son infraestructuras cruciales para garantizar la disponibilidad de productos frescos a nivel de los consumidores. Entre los asistentes a esta sesión se encontraban alcaldes, funcionarios e importantes actores de los sistemas alimentarios de todo el mundo.

Las principales conclusiones de esta sesión fueron que los mercados mayoristas son actores principales para garantizar la seguridad alimentaria y para estructurar el suministro de alimentos frescos en las ciudades. Brevemente, son el eslabón esencial de la cadena de suministro de alimentos.

**«La WUWM organizó junto con el Ayuntamiento de Barcelona una mesa redonda sobre el tema: «El futuro de la alimentación en el mundo post Covid-19»»**

También desempeñan un importante papel social: los volúmenes de comercio permiten un suministro más barato de productos frescos en las ciudades, lo que permite a los hogares de clase baja tener acceso a dietas más saludables.

Stéphane Layani, Presidente de la WUWM, participó en la mesa redonda junto con otros directores miembros de la WUWM: Zengjun Ma, de la Asociación de Mercados Mayoristas Agrícolas de China, Jordi Valls, Director del Mercado Mayorista de Barcelona (Mercabarna), Cesare Ferrero, Director del Mercado Mayorista de Alimentos de Milán, y Nahuel Levaggi, Director del Mercado Mayorista Central de Buenos Aires.





# En los hechos

## Sumándose a los objetivos de la #COP26

- En la actualidad, el sector alimentario representa más de una cuarta parte (26%) de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero
- La FAO estima que la producción mundial de alimentos debe aumentar un 60% para seguir el ritmo del cambio demográfico. El cambio climático lo pone en peligro.
- La mitad de la tierra habitable del mundo (sin hielo ni desierto) se utiliza para la agricultura
- El 70% de las extracciones mundiales de agua dulce se destinan a la agricultura
- La deforestación y la degradación de los bosques representan el 10-11% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. Las emisiones derivadas de la degradación de los bosques (tala e incendios) aumentaron de 0,4 a 1,0 gt de O<sub>2</sub> por año entre 1990 y 2015
- La ganadería aporta casi 2/3 de las emisiones de gases de efecto invernadero de la agricultura y el 78% de las de metano.

**«A menudo públicos -propiedad de las autoridades de la ciudad, regionales o nacionales- los mercados mayoristas son el brazo operativo de los gobiernos para garantizar la disponibilidad de productos frescos al tiempo que aseguran la calidad, la trazabilidad y la seguridad alimentaria.»**

3

Los participantes señalaron que los mercados mayoristas sostienen en particular a los pequeños y medianos productores y que se están convirtiendo hoy en día en pioneros y grandes promotores de la producción ecológica y local. Además, su carácter mayoritariamente público -propiedad de las autoridades municipales, regionales o nacionales-, los mercados mayoristas son el brazo operativo de los gobiernos para garantizar la disponibilidad de productos frescos, al tiempo que aseguran la calidad, la trazabilidad y la seguridad alimentaria.

Un tema central durante el foro del MUFPP fue la necesidad de fomentar las «ciudades verdes» en todo el mundo. Se reconoció que los mercados mayoristas son actores clave en esta transición. En primer lugar, porque ayudan a tener mejores entornos alimentarios -asegurando la disponibilidad de productos frescos en las ciudades-. En segundo lugar, porque los mercados mayoristas funcionan como centros alimentarios, agregando en un solo sitio la cantidad adecuada de volumen que las ciudades necesitan para alimentar de forma saludable a sus ciudadanos y a todos los principales actores agroalimentarios. Esta concentración de actores permite: optimizar la logística reduciendo la cantidad de CO<sub>2</sub>, ampliar las buenas prácticas ecológicas (como el desarrollo de paneles solares o vehículos eléctricos para la distribución de la última milla), y desarrollar estrategias de economía circular (la distribución de productos no vendidos a comunidades necesitadas o el upcycling para producir compost de biogás) entre otras.

La WUWM se complace en formar parte de este importante Pacto y esperamos seguir debatiendo con los alcaldes de las ciudades los principales temas para garantizar la transición de los sistemas alimentarios de las ciudades con el fin de poder diseñar políticas alimentarias exitosas que se adapten a las realidades locales y que puedan ser seguidas por todos los actores del sector posteriormente.

# En el punto de mira

## La WUWM ha lanzado la campaña «Ama tu mercado local» en Barcelona para promover hábitos alimentarios más saludables y la accesibilidad a los alimentos frescos para todos.

WUWM ha lanzado la campaña anual Love Your Local Market (LYLM) durante el 'Mercat the Mercats' en Barcelona el 22 de octubre. Este evento de lanzamiento fue también de particular importancia ya que la ciudad de Barcelona fue seleccionada en 2021 como la capital mundial de la alimentación sostenible, el lanzamiento tuvo lugar también un día después del 7º Foro del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán organizado en Barcelona.

4

Por la mañana, los participantes y los delegados del Pacto de Milán de todo el mundo visitaron el mercado mayorista de Barcelona (Mercabarna). Por la tarde, se lanzó la campaña LYLM con el vicealcalde del Ayuntamiento de Barcelona, el director de los mercados callejeros de Barcelona, el director del grupo de mercados minoristas WUWM, Jean Paul Auguste y Eugenia Carrara, secretaria general de WUWM en el Mercat the Mercats. Tras la presentación, los asistentes fueron invitados a visitar el Mercat the Mercats, una feria gastronómica-mercantil que reúne en un mismo lugar durante 3 días los mejores puestos de los mercados callejeros de alimentos frescos de Barcelona, dando la oportunidad a los ciudadanos de disfrutar de los productos frescos y la gastronomía mientras asisten a charlas, show cooking, degustaciones de chefs y productores y conciertos.

La campaña mundial «Love Your Local Market» (LYLM) es un evento anual que celebra los mercados minoristas -de calle o cubiertos- de alimentos frescos. El evento

trata de concienciar sobre la necesidad de un sector de abastecimiento agroalimentario articulado y estructurado en las ciudades -ya que el 90% de los productos que se encuentran en los mercados callejeros proceden de los mercados mayoristas-.

El primer evento global de la WUWM se puso en marcha en 2014 con un grupo central de mercados minoristas en varias ciudades de Europa. En 2017, la campaña internacional había crecido hasta contar con la participación de más de 3.000 mercados de 17 países, tanto dentro como fuera de Europa.

Durante un mes los mercadillos de todo el mundo organizan conciertos, show cooking y clases magistrales. La campaña sirve para atraer a más ciudadanos a los mercados de alimentos frescos, convirtiéndolos en un lugar más atractivo para comprar.

Este año la campaña ha unido sus esfuerzos a los de las Naciones Unidas para promover el «Año Internacional de las Frutas y las Verduras» (#IYFV).

**«La campaña sirve para atraer a más ciudadanos a los mercados de alimentos frescos, convirtiéndolos en un lugar más atractivo para comprar.»**

Si se mantienen las tendencias alimentarias actuales, en 2050 más de 4.000 millones de personas tendrán sobrepeso (45%) y 1.500 millones serán obesas, mientras que 500 millones seguirán teniendo un peso inferior al normal (instituto EAT-lancet). Los aceites y las grasas en las dietas diarias siguen aumentando con mayor rapidez, mientras que la ingesta de azúcar no disminuye significativamente.

La transición a patrones de alimentación más saludables y la ayuda a los ciudadanos para mejorar su dieta es una necesidad y será uno de los mayores retos del siglo XXI. Por lo tanto, es fundamental que las ciudades de todo el mundo garanticen entornos alimentarios diversificados en los que los ciudadanos puedan acceder a opciones alimentarias mejores y más saludables, con dietas menos grasas y azúcares. Los mercados callejeros de alimentos frescos son en este contexto aliados del gobierno para promover mejores patrones de alimentación. Esperamos poder celebrar la campaña LYLM en 2022 con más mercados a bordo.






# Entrevista con Ioannis Triantafyllis

**Vicepresidente de la WUWM y director general de la Organización de Mercados y Pesca de Grecia, sobre la campaña Ama tu Mercado Local 2021**

**¿Dónde y de qué manera se lanzó la campaña LYLM en su país? ¿Qué tipo de eventos se organizaron en torno a ella?**

5

La campaña Love Your Local Market (LYLM) ha sido un evento importante para los mercados griegos desde 2015, cuando se introdujo por primera vez. Organizamos eventos en nuestros mercados y algunos más con los municipios adyacentes. Lo que es muy importante en nuestro caso es que la Organización Central de Mercados y Pesca opera principalmente en los mercados mayoristas. Así que el reto principal es cómo introducir el LYLM, que se dirige principalmente al consumidor final, en los mercados mayoristas. Fue una tarea difícil, pero si se tiene en cuenta que los mercados mayoristas son un eslabón esencial de la cadena de suministro de alimentos y no algo «exótico» y aislado, resulta más fácil de lo que parece. Hemos abierto las puertas a los consumidores finales y organizado actos para atraer a personas que normalmente no vendrían a nuestros mercados, para que vean con sus propios ojos cómo son realmente los mercados. Invitamos a las escuelas y organizamos actos para familiarizar a los niños con dietas más saludables, como los «caminitos de la comida» interactivos. Una tarea adicional fue atraer a los municipios adyacentes a nuestros mercados, y de esta forma hemos conseguido establecer sólidas relaciones entre nosotros y nuestros vecinos.



**¿Qué significa esta campaña para su país? ¿Puede compartir con nosotros algunos de los principales eventos que organizará para el LYLM 2021?**

2021 iba a ser un año difícil. La gente está volviendo a los mercados tras un largo periodo de cuarentena y teníamos que ser precavidos para cumplir con las medidas preventivas del COVID. Por ello, tenemos previsto realizar una campaña en las redes sociales con personalidades (actores, cantantes, deportistas) que visiten nuestros mercados y lo celebren con nosotros. También hemos organizado pequeños grupos de niños de primaria para que vengan a jugar, mientras aprenden las ventajas de comer productos saludables de nuestros vendedores. Consideramos estos eventos como un «ensayo general» para la LYLM 2022, donde creemos, la gente tendrá más libertades de las medidas de la pandemia.

**Según usted, ¿qué efecto puede tener esta campaña en el consumo de alimentos frescos y locales por parte de la gente?**

El objetivo de la campaña LYLM en todo el mundo es destacar la importancia de los mercados y la forma en que suministran a los ciudadanos alimentos frescos, sanos y nutritivos, al tiempo que funcionan como incubadora de las economías locales. Desde tiempos inmemoriales, la gente acude a los mercados para comprar productos que satisfagan sus necesidades. No importa si quieren alimentos frescos, alimentos

**«La importancia de la campaña LYLM radica en que atrae a más personas a los mercados, donde pueden consumir con seguridad, en todos los aspectos.»**

baratos, alimentos frescos peculiares o alimentos frescos fuera de temporada, los mercados lo ofrecen todo en abundancia. Esta es su ventaja frente a cualquier otro punto de venta de una sola parada. Pero no es la única: el contacto personal también es muy importante. Conocer al vendedor crea una sensación de confianza y esto, a su vez, aumenta las ventas. Estos son los puntos exactos en los que hace hincapié la campaña y que añaden algo de diversión y sabor.

**En la era post-Covid19, en la que los gobiernos se están centrando también en facilitar dietas más saludables a sus ciudadanos, ¿cuál cree que podría ser el papel de los mercados locales? ¿Cree que la importancia de la campaña LYLM es aún mayor?**

Una tendencia que se puso de manifiesto en la era COVID es que los consumidores parecen centrarse más en la oferta local, regional y de temporada. Esto puede ser una oportunidad para los mercados locales. Siempre que haya medidas de protección, los consumidores se sienten mejor yendo a los mercados, interactuando con otros y viendo lo que compran. La importancia de la campaña LYLM es que atrae a más personas a los mercados, donde pueden consumir con seguridad, en todos los aspectos.

6

**«Los mercados locales son de suma importancia para las sociedades. Hay municipios que lo han entendido y están potenciando sus mercados.»**

**¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan los mercados de alimentos frescos en Grecia frente a los supermercados y otros minoristas?**

Durante la pandemia, el comercio electrónico se hizo muy popular por razones obvias y esto dio un impulso adicional a los supermercados. Tras la relajación de las medidas, hay indicios de que una gran parte de los consumidores vuelve a estar en los mercados. Las ventas digitales siguen siendo beneficiadas, por supuesto, pero no tanto como hace un año.

En cuanto a la venta al por mayor, nunca ha dejado de funcionar. Puede que no sea siempre obvio, pero si los mercados mayoristas hubieran cerrado durante la pandemia, la escasez de alimentos frescos habría sido catastrófica para todos los eslabones de la cadena de suministro, desde la granja hasta la mesa. Los productores no podrían distribuir sus productos, los mayoristas no podrían llegar a los canales adecuados y, sobre todo, los consumidores experimentarían la escasez de productos y el encarecimiento excesivo.

Es posible que los alimentos frescos sean más caros que hace un año, pero no puedo imaginar que habría pasado si los mercados mayoristas no funcionaran y fuera difícil que los alimentos encontraran un camino hacia el mercado. Si alguien cree que los mercados digitales salvarían el juego, debe tener en cuenta que incluso las aplicaciones digitales utilizan las instalaciones de los mercados mayoristas para el suministro, el almacenamiento y la distribución. La mayoría de los mercados mayoristas han iniciado aplicaciones o plataformas digitales. En Grecia hemos puesto en marcha una plataforma b2b (e-lahanagora), para acercar a nuestros comerciantes-arrendatarios a sus clientes.



**¿En qué cree que pueden intervenir las autoridades locales para sostener los mercados locales? ¿Por qué cree que es importante que las autoridades locales desarrollen este tipo de infraestructuras?**

Los mercados locales son de suma importancia para las sociedades. Hay ayuntamientos que lo han entendido y están potenciando sus mercados, mientras que otros no son tan partidarios de este enfoque. Lo cierto es que la mayoría de los mercados mayoristas de todo el mundo pertenecen -de una forma u otra- a las autoridades locales. Las infraestructuras de los mercados son bastante caras y se consideran de utilidad pública. Las ciudades necesitan alimentarse de forma eficiente y sostenible. Los mercados tienen un papel en todos los debates sobre el futuro del sector del suministro agroalimentario. La última milla, la logística urbana, la digitalización, la economía urbana, el «green deal»; los mercados pueden contribuir a todos estos sectores, por lo que las autoridades deberían tratar de facilitarlos.

En los últimos años, el WUWM pretende potenciar la extroversión de los mercados, lo que parece fructífero. La FAO, las universidades, los gobiernos y las autoridades locales están invitados a nuestras conferencias, utilizan el WUWM para sus estudios de casos, realizan investigaciones sobre el terreno y reconocen el papel de los mercados en la cadena de suministro de alimentos.

**«Una tendencia que se puso de manifiesto en la era COVID es que los consumidores parecen centrarse más en la oferta local, regional y de temporada. Esto puede ser una oportunidad de oro para los mercados locales.»**

7





## Entrevista con Philippe Close

### 8 Alcalde de Bruselas (Bélgica), sobre las políticas y prioridades alimentarias de la ciudad y su relación con los mercados mayoristas

Philippe Close, alcalde de Bruselas, habla con WUWM sobre la política alimentaria de Bruselas y la importancia de los mercados de alimentos frescos para garantizar la accesibilidad a los productos frescos a los ciudadanos de Bruselas.

#### **Como alcalde de Bruselas: ¿Cómo describiría el ideal de un entorno alimentario diversificado en una ciudad moderna?**

Como sabe, Bruselas es, ante todo, una ciudad de 180 nacionalidades agrupadas en un mismo territorio. Tenemos la suerte de albergar un gran número de instituciones y puestos de trabajo internacionales. Bruselas vive de esta mezcla cultural y esto, evidentemente, influye de forma positiva y cualitativa en el

**«La logística será cada vez más protagonista, y actores como los mercados mayoristas son obviamente importantes en esta evolución futura.»**

conjunto de la oferta, lo que permite ofrecer una alimentación urbana diversificada. Se han creado muchas empresas para facilitar la importación de productos de todas las procedencias, y Mabru se ha convertido en un importante centro de esta nueva oferta. También hay que destacar el hecho de que muchos productos belgas se producen cerca, ya que eso también facilita mucho el comercio local. Una ciudad moderna debe contar con una amplia gama de productos y, al mismo tiempo, preservar el comercio local y las cortas cadenas de suministro. Creo que Bruselas cumple totalmente esta misión.

#### **¿Cree que la pandemia de Covid-19 cambió la forma en que las ciudades entienden la importancia de la seguridad alimentaria y la disponibilidad de alimentos frescos?**

En cuanto a la disponibilidad de alimentos, Bruselas ha lidiado muy bien con la crisis y no ha sufrido una crisis de abastecimiento. Gracias a la dinámica de los actores alimentarios, la población ha tenido acceso continuo a productos frescos. El Covid ha insistido en la necesidad de contar con herramientas de distribución eficientes, de las que Bruselas dispone. Más que nunca, los sectores alimentarios han demostrado su importancia y su capacidad de reacción. El Covid no ha dañado esta cadena de producción y distribución, pero al igual que en el sector sanitario, la población ha tomado conciencia de la importancia de esta estructura.



**«Bruselas, como todos los actores europeos, centra sus esfuerzos en las cadenas de suministro cortas, la producción local y la valorización de los pequeños productores.»**

**¿Qué hace la ciudad de Bruselas para fomentar entornos alimentarios diversificados? ¿Tiene algún plan urbano de «sistemas alimentarios» para los próximos años? ¿Puede compartir con nosotros las principales prioridades?**

Bruselas, como todos los actores europeos, centra sus esfuerzos en las cadenas de suministro cortas, la producción local y el abastecimiento más cercano posible. La valorización de los pequeños productores es también una cuestión importante. La logística será cada vez más protagonista, y actores como los mercados mayoristas son obviamente importantes en esta evolución futura. Son los más indicados para distribuir esta producción.

**¿Qué cree que pueden y deben hacer las ciudades para fomentar mejores pautas de alimentación y dietas más saludables entre sus ciudadanos?**

Concienciar sobre la alimentación sana es una prioridad absoluta. Concienciar en las escuelas sobre el consumo de frutas y verduras de temporada cada día para sustituir los productos procesados. Hay que cambiar las mentalidades desde una edad temprana y actuar de forma contundente y permanente. Las mentalidades evolucionan y la información llega cada vez mejor. Las escuelas de Bruselas están haciendo un trabajo notable en este aspecto.

**¿Cuál es el papel que, en su opinión, pueden desempeñar los mercados mayoristas para favorecer la transición de nuestros sistemas alimentarios? ¿Cuál es su relación con Mabru?**

Mabru -el mercado mayorista de Bruselas- es una empresa propiedad de la ciudad de Bruselas. El terreno es puesto a disposición por la ciudad para satisfacer una necesidad económica y comercial, pero al servicio de los ciudadanos asegurando el suministro a todos los habitantes de Bélgica. Evidentemente, Mabru tiene un papel que desempeñar en la promoción de distribuidores de calidad que cumplan determinadas normas y ofrezcan productos adecuados. Mabru desempeña plenamente su papel de plataforma logística, por la que pasan 22.000 personas al mes, lo que demuestra su eficacia. La colaboración es excelente, esta asociación cuenta con un Consejo de Administración, la mayoría de los cuales son nombrados por las autoridades locales. Mabru siempre ha actuado en beneficio de la ciudad y de sus habitantes. Su papel es esencial y da trabajo a 700 personas. Estamos orgullosos de contar con un socio tan importante.

**«La sensibilización sobre la alimentación sana es una prioridad absoluta. Sensibilizar a las escuelas sobre el consumo diario de frutas y verduras de temporada para sustituir los productos transformados.»**



# Perspica

## La WUWM apoya los objetivos de la #COP26 y la importancia de la transformación del sistema alimentario en la lucha contra el cambio climático

La COP26 comenzó este 31 de octubre en Glasgow, Reino Unido. Esta conferencia internacional coorganizada por el Reino Unido e Italia durará hasta el 12 de noviembre y reunirá a múltiples partes, desde gobiernos a ONG, pasando por organizaciones internacionales, expertos e investigadores, con el fin de acelerar la acción hacia los objetivos establecidos en el Acuerdo de París y la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

10

Se espera que este gran evento, del que se dice que es la mejor y última oportunidad del mundo para controlar el galopante cambio climático, promueva la realización de acciones concretas para hacer frente al cambio climático y a los problemas estructurales que lo aceleran.

Entre los retos que deben abordarse está la transición de los sistemas alimentarios hacia la sostenibilidad, la inclusión y la resiliencia. Para ponerlo en cifras, la alimentación representa más del 26% de las emisiones globales de efecto invernadero. La WUWM apoya realmente los objetivos y los esfuerzos de la COP26, ya que contiene la promesa del cambio.

Nuestra relación con el medio ambiente que nos rodea debe cambiar, y se ha demostrado que uno de los principales requisitos de una transición climática efectiva es la transformación de nuestros sistemas alimentarios.

Sin duda, los mercados mayoristas son una gran herramienta para promover la agricultura ecológica, garantizar alimentos nutritivos y seguros para todos, reducir el desperdicio y la pérdida de alimentos e incentivar a los actores de toda la cadena de valor para que actúen a favor de nuestro planeta. Los mercados mayoristas son, por tanto, instrumentos de cambio, el «centro oculto» de los sistemas alimentarios resilientes y equitativos. Tras la fructífera cumbre

de la UNFSS celebrada en septiembre de este año, en la que se reconoció la importancia y el papel de los mercados mayoristas en todo el mundo, la WUWM sigue apoyando iniciativas internacionales para compartir las mejores prácticas y proponer soluciones con la participación de todas las partes interesadas.

La WUWM se complace en anunciar que hemos firmado, junto con muchas de las principales partes interesadas (como la FAO, GAIN, ICLEI, C40) y ciudades, la Declaración de Glasgow sobre la Alimentación y el Clima, un compromiso de los gobiernos subnacionales para hacer frente a la emergencia climática a través de políticas alimentarias integradas y un llamamiento a los gobiernos nacionales para actuar. La WUWM apoya la Declaración y su enfoque de sistemas alimentarios a nivel subnacional que promete acelerar la acción climática con más políticas alimentarias verdes.

Los mercados mayoristas pueden desempeñar un papel virtuoso a la hora de abordar la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de forma sostenible y resistente. Al hacer que la distribución de alimentos sea más local y que las cadenas de suministro sean más cortas, reducen significativamente la cantidad de energía necesaria. Los mercados mayoristas modernos también contribuyen a la reducción del desperdicio de alimentos, a la vez que fomentan una mejor logística que evita el desperdicio de alimentos y puede ampliar las soluciones innovadoras de la economía circular, como el reciclaje o el upcycling de los productos frescos o del material utilizado.

La WUWM fue invitada a asistir a las sesiones pertinentes de la COP26 y proporcionará los resultados relativos a la vinculación de los sistemas alimentarios y la mitigación del cambio climático en nuestros canales de medios sociales.





## Entrevista con George Hongchoy

### Hong Kong desarrolla estrategias vanguardistas para hacer más atractivos y modernos los mercadillos de alimentos frescos

11

En esta edición de «En Acción» hemos tenido el placer de entrevistar a nuestro miembro, el Sr. George Hongchoy, Director General de Link, la empresa encargada de una gran parte de los mercados minoristas de alimentos frescos en Hong Kong. El Sr. Hongchoy nos ofrece una visión de la infraestructura de los mercados minoristas de alimentos frescos de Hong Kong y comparte con nosotros su estrategia para hacerlos más atractivos.

**Hong Kong cuenta con una dinámica infraestructura de mercados de alimentos frescos y al por menor. Como actor importante en este sector, ¿qué opina de la evolución del lugar que ocupan los mercados de alimentos frescos en Hong Kong?**

Los mercados de alimentos frescos de Hong Kong se construyeron originalmente para dar servicio a los residentes de las grandes urbanizaciones en las que se encontraban, y muchos de ellos llevan funcionando exactamente igual desde hace 50 años o más. La suciedad, el desorden y los olores desagradables siempre han tenido que ser tolerados. Sólo recientemente los operadores de mercados han redescubierto lo que debe ser un mercado. Entendemos que los

mercados frescos forman una parte muy importante de la comunidad de Hong Kong. Link no sólo rejuvenece los mercados con un diseño moderno y mejora el entorno comercial en general, sino que también hemos ido actualizando los servicios e instalaciones, mejorando la tecnología en respuesta a las crecientes expectativas de los clientes.

Lok Fu Place es un buen ejemplo. Situado en el centro de Kowloon y rodeado de numerosas urbanizaciones públicas, es uno de los primeros mercados revitalizados por Link, con amplios pasillos y una clara visibilidad que hacen que comprar sea un placer. Conservamos los puntos fuertes de los mercados tradicionales, al tiempo que mejoramos la experiencia de compra de los clientes y el entorno operativo de los vendedores. Las obras de mejora han permitido a los vendedores de toda la vida seguir prestando servicios en un entorno mucho mejor, y han renovado la cultura de la compra en los mercados frescos redefiniendo los mercados frescos de la ciudad.

**«Rejuvenecemos los mercados con un diseño moderno, actualizando los servicios e instalaciones, mejorando la combinación de inquilinos y la tecnología en respuesta a las crecientes expectativas de los clientes.»**

## «Conservamos los puntos fuertes de los mercados tradicionales al tiempo que mejoramos la experiencia de compra de los clientes y el entorno operativo de los arrendatarios.»

### ¿Cuál es la participación de las autoridades locales en el desarrollo de los mercados de alimentos frescos? ¿Cuál es su relación con ellos?

Hay varios operadores de mercados de productos frescos en Hong Kong. Muchos mercados situados en urbanizaciones públicas o cerca de ellas son gestionados por Link, que los heredó de la Autoridad de la Vivienda de Hong Kong. Hasta ahora, Link ha rediseñado casi 40 de ellos. Otros son gestionados por el Departamento de Higiene Alimentaria y Medioambiental del Gobierno de Hong Kong. Suelen formar parte de complejos municipales de varias plantas que también incluyen instalaciones como bibliotecas, teatros y oficinas del gobierno local. En los barrios más antiguos, como Wan Chai, Yau Ma Tei y Shau Kei Wan, sigue habiendo mercadillos tradicionales, algunos de ellos especializados en productos ecológicos.

### ¿Qué tipo de innovaciones están aplicando para que los mercados minoristas de alimentos frescos sean más atractivos para los ciudadanos?

#### Introducción de una nueva mezcla de vendedores y espacios de reunión

Link siempre ha introducido nuevos vendedores en los mercados para ofrecer una mayor variedad de opciones a los compradores. En los mercados más nuevos, Link da un paso adelante para inyectar aún más sentido de comunidad. Colocamos puestos de comida cocinada, y lugares para que la gente se sienta, justo en el corazón del mercado. A los hongkoneses les gustan los aperitivos y la comida callejera, así que hemos enriquecido algunos mercados para satisfacer esta demanda. También es un espacio donde la gente puede reunirse y pasar un buen rato en lugar de limitarse a comprar productos. Los mercados de éxito están llenos de gente tomando el té, charlando, poniéndose al día de las noticias, además de comprando.

#### Mejorar la tecnología

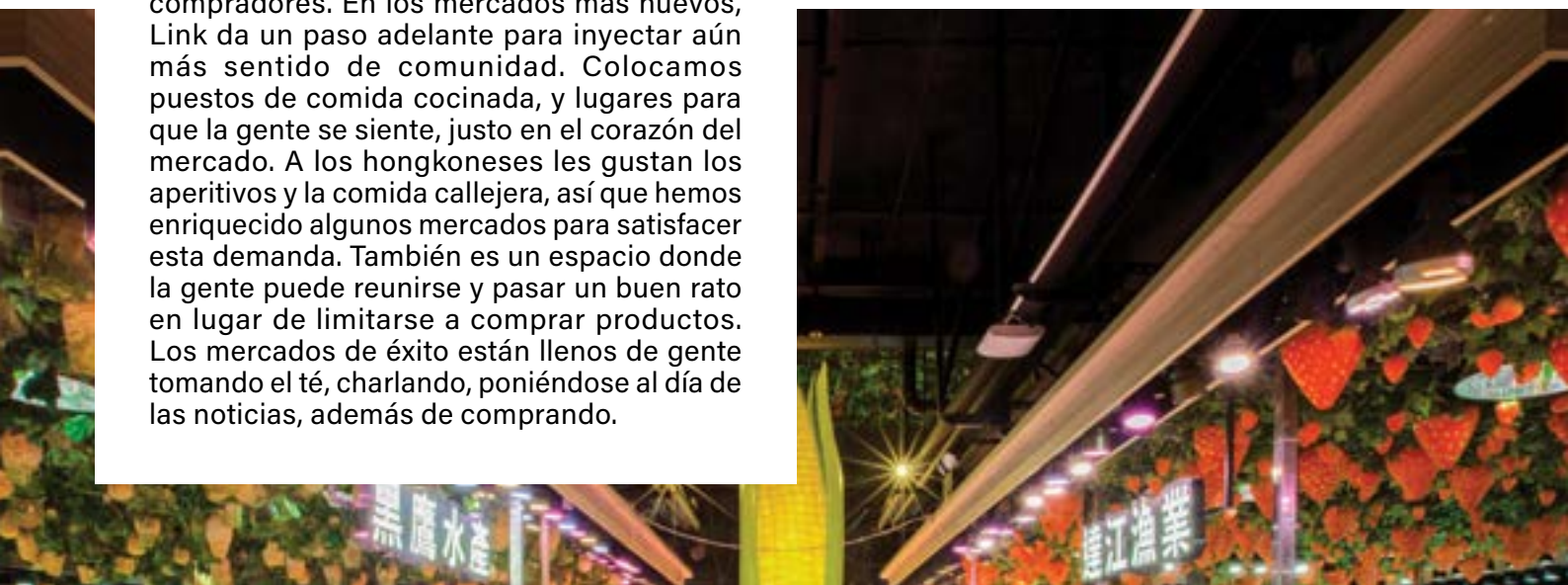
En los últimos años, Link ha ayudado y animado a sus inquilinos a instalar varias opciones de pago electrónico y por móvil, como Octopus, AlipayHK y Wechat Pay, ya que son las más utilizadas por los locales. Al principio, fue un reto conseguir que los vendedores pusieran estos equipos, pero obviamente es más higiénico y cómodo para nuestros compradores. En lugar de que el tendero te corte el pescado, lo meta en una bolsa y te dé el cambio húmedo, ahora tenemos otras opciones además del efectivo. Para aumentar la aceptación del pago electrónico en los mercados de productos frescos, Link llevó a cabo una labor de marketing y educación para cambiar los comportamientos y las ideas erróneas sobre los pagos electrónicos.

#### Mejora de los servicios e instalaciones

Link añade constantemente nuevos servicios para facilitar la vida de los clientes, como carritos en el interior de los mercados, mostradores de atención al cliente y DJs en los mercados. Se organizan iniciativas promocionales -como una exposición de marisco y un festival de ollas calientes- para que coincidan con eventos o fiestas especiales.

Los mercados renovados son para todo el mundo, y esto se pone de manifiesto en el acceso sin barreras a las nuevas instalaciones. La mejora ofrece a las personas mayores y discapacitadas el mismo acceso a una experiencia de compra agradable. Se reconoce que hay personas de todos los tamaños, fuerzas y capacidades, y los mercados son un lugar acogedor y accesible para todos ellos.

Para mantener un alto nivel de calidad, Link organiza una serie de sesiones de intercambio de ideas de la «Academia de Comerciantes» para ayudar a los comerciantes a mantener sus puestos en buen estado y a conservar la frescura de sus productos.





### Promover la sostenibilidad

Los mercados de productos frescos desempeñan un papel fundamental en el fomento de la sostenibilidad medioambiental; por eso colaboramos con grupos ecologistas para reducir el desperdicio de alimentos con programas de reciclaje de excedentes. Uno de estos grupos verdes es Food Angel, al que nos unimos para recoger cada día unas 1,7 toneladas de alimentos sobrantes de nuestros mercados de productos frescos y convertirlos en comidas calientes y paquetes de alimentos para personas necesitadas. En los últimos años, se han recogido más de 1.050 toneladas de excedentes de alimentos, y se han producido 3,4 millones de comidas calientes y más de 200.000 paquetes de alimentos para los más desfavorecidos de Hong Kong.

Además de Food Angel y otras ONG, cada día se recogen unas 2,5 toneladas de residuos alimentarios en 19 de nuestros mercados frescos, que se entregan a O-PARK1, el Centro de Recuperación de Recursos Orgánicos del Gobierno de Hong Kong, para generar energía renovable.

**¿Cómo ha afectado la pandemia a los mercados y a los patrones de alimentación en Hong Kong? ¿Ha cambiado el papel de los mercados de alimentos frescos desde Covid-19? ¿Se aplicó alguna innovación para apoyar el papel de los mercados durante la crisis pandémica?**

Durante la crisis pandémica, los centros minoristas de Link orientados al mercado de masas representan el segmento no discrecional del mercado minorista de Hong Kong. Dada la resistencia de nuestra cartera, el impacto en nuestros vendedores es relativamente menor que el de los que operan en otros lugares del territorio durante esta crisis. Hemos actuado con rapidez para apuntalar a los minoristas que lo necesitaban, sobre todo a las pequeñas empresas, poniendo en marcha el Plan de Apoyo a los Vendedores, dotado con 600 millones de dólares de Hong Kong, para apoyar a nuestros inquilinos. También hemos elevado las medidas de higiene para dar tranquilidad a los clientes en nuestros centros comerciales y mercados frescos, además de intensificar los esfuerzos promocionales para impulsar las ventas de los inquilinos.

**«Sólo recientemente los operadores de mercados han redescubierto lo que debe ser un mercado. Los mercados de productos frescos forman una parte muy importante de la comunidad de Hong Kong.»**

Entendemos que el pago digital minimiza el contacto con los objetos y permite una forma de transacción más cómoda e higiénica. Por ello, nos hemos unido a operadores de monederos electrónicos como AlipayHK para impulsar la transformación del pago digital en los mercados de productos frescos de Hong Kong.

**¿Podría proporcionar algunas cifras importantes de su país (número de mercados callejeros (total), número de mercados que han participado en la campaña, cantidad/diversidad de productos que se encuentran en su mercado, etc.)?**

En Hong Kong, los productos frescos se venden en diferentes puntos de venta, desde puestos callejeros hasta supermercados y mercados de productos frescos. En cuanto a los mercados gestionados por Link, la mezcla comercial -la proporción de los diferentes productos que se venden en cada mercado- ha cambiado mucho. En el pasado, el tercio de los puestos que no vendían alimentos frescos estaba ocupado en su mayoría por productos secos y otros comercios como ferreterías. En la actualidad, los mercados siguen centrándose en los productos frescos en dos tercios de los puestos, dependiendo de la ubicación, pero el resto del espacio se destina a una mezcla comercial más diversa. Por ejemplo, se ha introducido la comida cocinada.



14

# Innovación

**Milán apuesta por transformar su mercado mayorista en un moderno centro sostenible para garantizar la seguridad alimentaria y la disponibilidad de alimentos frescos en la región**

La WUWM tuvo el placer de poder entrevistar al presidente de Sogemi Spa (Mercato Agroalimentare Milano) sobre su proyecto de sostenibilidad y la transformación de Milán en un centro del sector agroalimentario. En esta entrevista, descubrimos más sobre el proyecto, en concreto su cronología, los retos a los que se enfrenta, así como la motivación que hay detrás, con una mirada más cercana a la importancia de su infraestructura y logística reforzadas.

**«Es esencial entregar a la comunidad una estructura moderna y eficiente para crear un sistema de distribución y mercado capaz de competir con los grandes sistemas europeos de makret de París, Madrid y Barcelona.»**

**Milán se está convirtiendo en un centro del sector agroalimentario con el lanzamiento de su nuevo proyecto de sostenibilidad. ¿Podría hablarnos más de él, en particular de los diferentes aspectos y entidades implicadas?**

El proyecto Foody 2025 comenzó en 2017 tras la definición de un plan de relanzamiento de la empresa Sogemi y la decisión de construir un nuevo mercado de frutas y verduras. En 2018 se completaron las aprobaciones del Ayuntamiento y en 2019 las resoluciones corporativas también. Desgraciadamente, en un mundo cada vez más convertido a la puntualidad y al cortoplacismo, los plazos más largos que el sector público italiano utiliza para tomar la decisión están un poco fuera de lugar.

**«En definitiva, Milán, la capital de la Alimentación en Italia, tendrá por fin un Mercado que ofrecerá servicios innovadores para los operadores y los consumidores, concebidos según normas de calidad y seguridad alimentaria, sostenibilidad medioambiental e innovación.»**

**Este año se inaugura el nuevo mercado alimentario de Milán, que incluirá un nuevo pabellón de frutas y hortalizas y una plataforma logística de innovación para complementar las actividades comerciales. ¿Por qué es importante reforzar de esta manera las infraestructuras y la logística en el área de Milán?**

El contexto en el que nos encontramos nos da una indicación de la respuesta: Milán es el segundo municipio agrícola de Italia, con 3.700 hectáreas de tierra cultivada y más de 130 explotaciones en funcionamiento. Se trata de un importante patrimonio agrícola y alimentario que hay que poner en valor y que encuentra su punto de referencia natural en el Foody Mercato Agroalimentare Milano, hoy en día el primer mercado mayorista de Italia por la cantidad de productos vendidos y uno de los más importantes de Europa. Por lo tanto, es esencial entregar a la comunidad una estructura moderna y eficiente para crear un sistema de distribución y mercado capaz de competir con los grandes sistemas de mercado europeos de París, Madrid y Barcelona. De hecho, gracias a un presupuesto total de unos

100 millones de euros, el proyecto de desarrollo incluye la creación de dos nuevos pabellones hortofrutícolas, plataformas logísticas y de producción, así como un renovado Palazzo Affari y servicios de apoyo como laboratorios y centros de formación alimentaria. En definitiva, Milán, la capital de la Alimentación en Italia, contará por fin con un Mercado que ofrecerá servicios innovadores para operadores y consumidores, concebidos según normas de calidad y seguridad alimentaria, sostenibilidad medioambiental e innovación.

**¿Cuáles han sido los principales retos en la realización de este proyecto y cómo los han superado?**

Uno de los principales retos a los que nos enfrentamos está relacionado con la construcción de un nuevo Mercado en la misma zona del Mercado existente y en pleno funcionamiento. Este reto es técnico. El segundo reto está orientado al negocio. Los mercados agroalimentarios se han trasladado predominantemente fuera de las ciudades con grandes áreas suburbanas. Nosotros hemos optado por permanecer en la ciudad para ser el centro más importante de la ciudad agroalimentaria italiana, un centro neurálgico para la actividad del mercado y la distribución urbana. La posición de Foody ha resultado especialmente acertada a lo largo de los años porque se encuentra dentro de la ciudad, a un paso de su centro, fuera de las zonas más congestionadas y fácilmente accesible desde el aeropuerto, la línea de ferrocarril y las autopistas. Es, por tanto, una posición altamente estratégica y funcional para el desarrollo de los negocios y el comercio.

**«Hemos optado por quedarnos en la ciudad para ser el centro más importante de la ciudad agroalimentaria italiana, un centro neurálgico para la actividad del mercado y la distribución urbana.»**



# Participación

## La WUWM participó en el 2º Foro sobre vínculos urbano-rurales organizado por ONU-HABITAT

Del 19 al 20 de octubre se celebró en la ciudad de Lishui, en la provincia china de Zhejiang, el Segundo Foro Internacional sobre Vínculos Urbano-Rurales, que reunió a 32 ponentes invitados y más de 200 participantes de más de 20 organizaciones internacionales de 17 países diferentes. El Foro Internacional sobre Vínculos Urbano-Rurales es una de las actividades clave del programa de Vínculos Urbano-Rurales de ONU-Hábitat, cuyo objetivo es promover la cooperación rural-urbana para reducir las desigualdades regionales y aumentar la eficiencia de los recursos.

16



La Conferencia, titulada «Integración de la salud y el desarrollo territorial para unos medios de vida sostenibles» tenía como objetivo promover el desarrollo sostenible y el bienestar para todos en el continuo urbano-rural. El Director del Grupo Regional Asia-Pacífico de la WUWM, Sr. Zengjun Ma, fue invitado, en representación de la WUWM, como ponente en una sesión temática sobre: «Salud pública, dietas saludables sostenibles y sistemas alimentarios». En esta entrevista encontrará sus principales conclusiones del Foro.

### ¿Cuál era el objetivo del IFURL y en qué consistió su ponencia?

El segundo Foro Internacional sobre Vínculos Urbano-Rurales tenía como objetivo proporcionar a todos los participantes una oportunidad y una plataforma para aprender unos de otros, compartir estudios de casos de diferentes países, compartir métodos y medidas innovadoras y algunas ideas sobre el desarrollo rural y las cuestiones de salud, con

el propósito de fortalecer los vínculos urbano-rurales, promover el desarrollo sostenible, mejorar el bienestar de las personas en el proceso de integración urbano-rural, y garantizar entornos de vida mejores y más sostenibles en lo que respecta a los objetivos y requisitos de la «Nueva Agenda Urbana» y otras agendas internacionales. El título de mi ponencia fue «Garantizar el suministro sostenible de productos agrícolas frescos a través de los mercados mayoristas».

### ¿Por qué cree que es importante que la WUWM participe en este tipo de eventos?

La WUWM participa activamente en diferentes actividades organizadas por las Naciones Unidas (ONU) y otras organizaciones internacionales. Esto puede mejorar la influencia de la WUWM y aumentar la voz del sector de los mercados mayoristas en el mundo. Como resultado, más países y personas de todo el mundo se centrarán en la industria de los mercados mayoristas, reconociendo la función vital de los mercados mayoristas en la circulación de productos agrícolas frescos en todo el mundo, y simultáneamente ampliando y profundizando la cooperación entre los mercados mayoristas y otras partes interesadas a nivel mundial.

**«Como principal canal de circulación de productos frescos, los mercados mayoristas podrían aumentar la eficiencia de su circulación, estabilizar los precios, reducir la brecha de precios entre las zonas urbanas y rurales, minimizar la disparidad entre la oferta y la demanda en las zonas urbanas y promover la distribución equitativa de los productos frescos.»**



## ¿Puede compartir con nosotros lo más destacado de la conferencia?

Hemos conocido los puntos de vista y las perspectivas sobre la vinculación urbano-rural y la construcción urbano-rural de China y otros países del mundo, especialmente en lo que respecta a la construcción rural y al caso de la mejor práctica de Songyang sobre el desarrollo sostenible de la vinculación urbano-rural. Nos comunicamos e intercambiamos con más de 300 funcionarios, expertos, académicos, profesionales de los medios de comunicación totalmente de 44 países y 19 organizaciones internacionales y aprendimos nuevos conocimientos sobre el desarrollo urbano-rural saludable.

## ¿Cómo cree que los mercados mayoristas pueden contribuir a reforzar los vínculos entre el campo y la ciudad?

Como principal canal de circulación de productos frescos, los mercados mayoristas podrían aumentar la eficiencia de su circulación, estabilizar los precios, reducir la diferencia de precios entre las zonas urbanas y rurales, minimizar la disparidad de la oferta y la demanda entre las zonas urbanas y rurales y promover la distribución equitativa de los productos frescos.

## 17 ¿Qué significa este Foro para los mercados mayoristas en general?

El Foro ha contribuido a que más países reconozcan la función del mercado mayorista para garantizar el suministro sostenible de productos agrícolas frescos y a aumentar la influencia del sector de los mercados mayoristas en todo el mundo.

## ¿Podría resumir las principales innovaciones, herramientas, nuevas tecnologías o ideas sobre el desarrollo urbano y rural sostenible que se compartieron durante la conferencia?

El comercio electrónico y las tecnologías científicas pueden ayudar a reducir las condiciones de distribución desigual de los recursos médicos y educativos entre las ciudades y el campo. También hay que poner en marcha la reconstrucción del campo, y el desarrollo económico debe adaptarse a las condiciones locales, basarse en las características y ventajas de los recursos locales, y animar a las zonas rurales alrededor de las ciudades a desarrollar su propia economía.

# En el mundo de la WUWM

**1 de octubre** — Los mercados LYLM de la WUWM tuvieron una reunión para discutir sus actividades este mes

**14 de octubre** — WUWM se reunió con la Red Mundial de Bancos de Alimentos para discutir posibles colaboraciones futuras

**19 de octubre** — WUWM, Mercabarna y la ciudad de Barcelona organizaron una sesión durante el 7º Foro Mundial del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán en Barcelona, destacando aún más la importancia de los sistemas sostenibles de alimentos frescos en las ciudades.

**19-21 de octubre** — WUWM participó en el 7º Foro Global del MUFPP en Barcelona y se reunió con muchos actores importantes del sistema alimentario y con los gobiernos de las ciudades

**20 de octubre** — El Presidente de la WUWM para Asia-Pacífico y el Presidente de la Asociación de Mercados Mayoristas Agrícolas de China (CAWA), el Sr. Ma, intervinieron en el Foro Internacional sobre los vínculos entre las ciudades y el campo, organizado por ONU-Hábitat.

**22 de octubre** — La WUWM organizó el lanzamiento de la campaña «Love Your Local Market» en el Mercat de Mercats de Barcelona, con la asistencia de muchas partes interesadas.

**28 de octubre** — La dirección de la WUWM se reunió virtualmente para discutir el camino a seguir, determinar los pilares estratégicos, y mirar hacia adelante en las actividades de la WUWM en 2022



## About WUWM:

We aim to facilitate access to healthy diets for everyone in the world by delivering more sustainable, inclusive, and high-quality fresh food supply systems. We exchange ideas, share best practices and cooperate with our partners in international organizations, governments, businesses, and the public.

