

03



Misión, valores y responsabilidad social

El Instituto Municipal de Mercados de Barcelona (IMMB) es un organismo autónomo, creado en 1991 para la gestión y la administración directa de los mercados municipales, bajo la tutela del Ayuntamiento de Barcelona

La red de mercados de Barcelona provee a los ciudadanos de productos de calidad; promueve un estilo de vida saludable, la cohesión social y la articulación de los barrios, y fomenta la economía y la ocupación, en el marco del comercio de proximidad. Barcelona basa su modelo en el comercio de proximidad, en el cual los mercados se integran con una vocación clara de servicio a la ciudadanía, especialmente en su entorno inmediato, puesto que cumplen una función vertebradora del territorio.

El plan estratégico *Mercats de Barcelona 2015-2025* define tres grandes ejes que se desglosan en 12 objetivos, 39 medidas y 153 actuaciones. Todas las medidas y acciones que contiene el plan se estructuran en torno a estas tres líneas principales. En 2020, se empieza a impulsar el nuevo Plan de digitalización de la red de mercados de Barcelona. Se trata de un conjunto de proyectos que dan respuesta a los valores y a los objetivos del Plan estratégico vigente y a las nuevas necesidades de los actuales y potenciales clientes.

Eje 01. Alma

Los mercados son un referente de la vida en los barrios de Barcelona y proporcionan una experiencia no solo de compra, sino también de convivencia.

Eje 02. Motor

Los mercados lideran el comercio de proximidad, al tiempo que proyectan el modelo de mercado urbano en el ámbito internacional. Son una pieza clave en el desarrollo económico y en la creación de empleo local.

Eje 03. Sostenibilidad

Los mercados son sinónimo de valores asociados a la sostenibilidad social, medioambiental y cultural.

Valores tradicionales y nuevos retos

01. Liderazgo en el sector de la distribución de producto fresco y de calidad



Los clientes pueden hallar el mejor producto y sus comercios de referencia les ofrecen un trato personalizado.

02. Diversificación del producto



Los supermercados venden producto fresco, de calidad y buena presentación, pero los mercados ofrecen diversidad, especialmente en el producto de temporada.

03. Mantenimiento de una atención próxima y personalizada



Los mercados preservan como un tesoro la confianza de clientes y facilitan que puedan comprar directamente en los comercios, *online* e incluso por teléfono, y obtener la misma calidad de producto y la cantidad que necesitan.

04. Flexibilización de la experiencia de compra y ahorro de tiempo



Significa ofrecer la posibilidad de ganar comodidad comprando por internet y recibir la compra en casa o recogerla en el mercado, aunque ya esté cerrado.

05. Reorganización del *mix* comercial e introducción de nuevos operadores



Supone dar la oportunidad al cliente de comprar un producto fresco, como el pescado, y, mientras se lo preparan en su establecimiento de confianza, ir a comprar otros productos: de cosmética, de panadera, de papelería..., sin tener que salir del mercado.

06. Fomento de la cultura de la alimentación sostenible



Se transmite a los clientes que comprar en el mercado ayuda a mantener una dieta saludable, favorece el consumo de productos locales y contribuye a combatir el cambio climático.

Medidas y acciones 2020-2023

Los mercados de Barcelona se siguen centrando en modernizar las instalaciones, los servicios y la oferta a la ciudadanía. Los nuevos entornos reclaman reformular el modo de funcionamiento que sirvió de base para la elaboración del plan estratégico vigente. A partir de sus grandes ejes y considerando los retos de futuro, el IMMB lleva a cabo una serie de acciones para alcanzar los objetivos marcados.

Incrementar la dotación de recursos de mantenimiento en el marco de los planes específicos de cada mercado, atendiendo a su tipología y estado de funcionamiento.

Consolidar y potenciar el papel del IMMB como órgano ejecutor de las políticas en materia de mercados.

Potenciar el rol de las asociaciones de vendedores y de la Comisión Asesora en la revisión y el seguimiento del Plan estratégico vigente. Consolidar el papel de la FEMM.

Mantener el equilibrio financiero del IMMB anualmente.

Diseñar un sistema global de caracterización de los mercados que permita al IMMB definir, junto con las asociaciones de vendedores, los planes de actuación de cada mercado durante el período 2020-2023, y que facilite los acuerdos anuales con las juntas de estas asociaciones.

Trabajar el modelo de apoyo económico de las asociaciones de vendedores.

con el fin de impulsar su autosuficiencia económica y el seguimiento de los acuerdos de gastos de funcionamiento y mantenimiento estables (como en Els Encants y el Mercat de Sant Antoni) y los derivados de los acuerdos de remodelación y de las reuniones anuales con las juntas de las asociaciones.

Avanzar en el programa de subvenciones y de apoyo a las actividades de las asociaciones de vendedores y en el programa de apoyo a la profesionalización de dichas asociaciones y las de comerciantes.

Definir programas de colaboración y de obtención de recursos entre el IMMB y las asociaciones de vendedores y vendedoras que permitan explotar las potencialidades aún no detectadas.

Desarrollar un plan de mejora de los procesos internos en curso que facilite la eficiencia i la agilidad en la resolución de sus procedimientos de gestión y administrativos.

Implantar el Plan de digitalización de la red de mercados aprobado para la modernización y mejora de la gestión interna y de los servicios a los comercios y a la clientela.

Rediseñar el sistema de reporting de ingresos y gastos entre el IMMB y las asociaciones de vendedores, prestando especial atención a los gastos de mantenimiento y a los consumos energéticos, así como al seguimiento de los acuerdos con las juntas de dichas asociaciones.

Profundizar en la reflexión sobre las denominaciones y/o ampliaciones de especialidades y de degustación y sobre sus instrumentos de desarrollo normativo, como las ordenanzas municipales y fiscales, el nuevo Reglamento de La Boqueria (pendiente) o los decretos de afluencia de grupos.

Participar activamente en las políticas de sostenibilidad a través del papel relevante de los mercados en:

1. La distribución y el fomento del producto fresco y de proximidad, en el marco del programa “Comerç Verd” y del conjunto de programas y acciones de política alimentaria del Ayuntamiento de Barcelona.
2. Campañas para la reducción del derroche alimentario.
3. Iniciativas para avanzar en la reducción de la presencia de plásticos en los mercados, especialmente de plásticos desechables, como la participación en la mesa Plàstic Zero.
4. La incorporación de instalaciones de ahorro energético o de energías renovables, en colaboración con Barcelona Energía.

Invertir unos 100 millones de euros cada cuatro años en grandes transformaciones, mejoras, obras de mantenimiento y digitalización de la red.



Responsabilidad social y medioambiental

El IMMB tiene una experiencia de once años en el desarrollo de programas educativos que proporcionan a los niños y niñas una experiencia educativa directa, orientada a transmitir los valores de comprar producto sano, fresco y de calidad, y aporta así su grano de arena en la formación de personas responsables con el entorno y con la sociedad.



El año 2020 ha supuesto un doble reto. Los programas educativos se han tenido que adaptar a la nueva realidad de la COVID-19.



Durante el tiempo en que duró el confinamiento domiciliario, de marzo a mayo, el programa elaboró propuestas especiales para los centros educativos y para las familias.

La actividad no cesa

“Mengem sa, mengem de mercat” es una actividad educativa que invita a las escuelas a formar equipo y transmitir a los niños y jóvenes los valores de mantener una dieta equilibrada y a conocer el factor diferencial de los mercados en relación con otras formas de comercio. El confinamiento domiciliario, el cambio súbito de la dinámica de las escuelas y, con ello, la imposibilidad de realizar visitas a los mercados propiciaron el desarrollo de nuevas actividades para seguir acercando los mercados a los niños y jóvenes (educación infantil, primaria y ESO) de Barcelona. Aprovechando el material disponible en el canal de YouTube del IMMB y las actividades propuestas en el aula, se elaboró una ficha pedagógica que ofrecía a los docentes la posibilidad de trabajar propuestas que los niños pudieran seguir desde sus hogares.

En familia

Los meses de permanencia básicamente en el entorno familiar hicieron que este adquiriera un gran protagonismo en el consumo de contenidos. Desde el programa educativo, se diseñó un material específico, abierto a las familias, en que, a través del juego, se trabajaban conceptos como la proximidad, la estacionalidad y la salud, y se potenciaban la imaginación y la autonomía de los niños.

- Reto 1. “El del arco iris”
- Reto 2. “El del batido de color naranja”
- Reto 3. “El ingrediente secreto”
- Reto 4. “Las paradas del mercado”
- Reto 5. “El preferido de todos”
- Reto 6. “El retrato”
- Reto 7. “El del gusto misterioso”
- Reto 8. “El desayuno ‘P’”

Visitas a los mercados

Las acciones formativas del programa “Mengem sa, mengem de mercat” se estructuran a partir de las visitas guiadas de cada centro educativo a los mercados de los barrios.

Esta iniciativa favorece el aprendizaje vivencial, de modo que los niños y jóvenes adquieren protagonismo, acercándose a la realidad de los mercados, gracias a la experimentación y la interrelación con los comerciantes.

Se establece un contacto que va más allá del trabajo en el aula y que los conecta con un aspecto de la vida cotidiana tan importante como la alimentación y el cuidado del entorno natural.

Las actividades que se proponen promueven una metodología lúdica, diferenciada en tres momentos clave:

- Antes de la visita. El alumnado trabaja previamente en el aula aspectos relacionados con el mercado: la lista de la compra, los menús, la sostenibilidad...
- Visita. El alumnado visita el mercado con una persona dinamizadora y siguiendo la narrativa de investigadores y periodistas.
- Cierre. Tras la visita, se fomenta una actividad en el aula, para trabajar la metacognición del alumnado.

La situación excepcional del año 2020 ha afectado los cursos 2019-2020 y 2020-2021. El arranque de la actividad tras las vacaciones de Navidad de 2019 se vio truncada por la llegada de la pandemia.

La actividad posterior del curso 2019-2020 fue sustituida por propuestas virtuales que garantizaban el juego y la experimentación a través de los mercados.

Durante dicho período, se registraron más de 4.000 visitas en la web y creció el interés del profesorado por llevar a cabo actividades con los alumnos de forma remota.

Finalmente, en el primer trimestre del curso 2020-2021 se empezó a trabajar en la planificación de visitas presenciales seguras, de visitas virtuales y de actividades adaptadas a la nueva situación, la cual se ha implementado a partir del segundo trimestre del curso.

Visitas presenciales:

- Creación de un protocolo de seguridad para las visitas en que se recuerda a escuelas y alumnos qué deben hacer antes de venir a visitar el mercado.
- Propuesta de reducción del número de alumnos por grupo a la mitad del grupo burbuja/grupo clase.
- Reducción del tiempo de la visita a 30-45 minutos.

Visitas virtuales:

- Diseño de las visitas en *streaming* a través de la plataforma Zoom. La propuesta incluye la dinamización de un educador en el mercado mientras los alumnos ven las imágenes e interaccionan desde el aula. Esta opción está disponible desde el segundo trimestre del curso (enero de 2021).

“El relojero de los mercados”

Escape room virtual cuyos objetivos son acercar el alumnado al mercado y animar a las escuelas y a las familias a visitarlo. Este juego nos presenta un enigma: Ha desaparecido el relojero de los mercados y ello provoca un caos en la ciudad. A través de retos y pistas, los alumnos van resolviendo el enigma hasta encontrar el relojero. Este juego de pistas o *breakout* está pensado para las escuelas que vayan a visitar un mercado (de forma presencial o en *streaming*), pero también se puede jugar en familia y disfrutar de los mercados de Barcelona. Se trata de un proyecto del curso 2020-2021 que se ha desarrollado conceptualmente durante el año 2020 y que estará disponible el último trimestre del curso.

Colaboración con centros de ciclos formativos

El IMMB también trabaja en proyectos de centros de ciclos formativos. Este año, hemos colaborado con el centro de formación profesional Centre d'Estudis Politècnics, que en el curso 2020-2021 ha incorporado la metodología del aprendizaje basado en proyectos (ABP) al ciclo de grado medio de Actividades Comerciales y al grado superior de Marketing y Publicidad.

En el último trimestre del año, acompañamos al personal docente y al alumnado de ambos ciclos, que analizaron los mercados y trabajaron en diferentes propuestas de dinamización comercial y campañas de comunicación, que presentaron en una sesión final de conclusión de proyectos.

Aprendizaje servicio (ApS)

El artículo 16 del Decreto 187/2015, de 25 de agosto, de ordenación de las enseñanzas de la educación secundaria obligatoria (ESO), establece la obligatoriedad de que el alumnado de 3º y/o 4º de ESO lleve a cabo un servicio comunitario, que puede desarrollarse en diferentes ámbitos públicos, entre ellos los mercados municipales. El IMMB, como agente impulsor, ha diseñado dos propuestas de ApS, una de las cuales ha empezado a implementarse en el curso 2020-2021: “Als mercats per la porta gran”, dedicada a las personas mayores, para la cual formamos a los docentes durante el primer trimestre (noviembre de 2020) para que pudieran realizar el acompañamiento durante el segundo trimestre (año 2021). La entidad con la cual estamos trabajando es Vincles y el alumnado pertenece a los centros educativos del IES Verdguer y de la Escuela Especial N.S. de Montserrat. Debido a la pandemia, no hemos podido poner en marcha la otra propuesta de ApS, “Menja’t el món”, en que el aprendizaje servicio se realiza con personas recién llegadas. Esperamos poder implementarla en el curso 2021-2022 con el restablecimiento de la libre circulación entre países.

Además, hemos participado como entidad facilitadora de proyectos de ApS a otras entidades, como el IES Quatre Cantons, que realiza un proyecto anual de ApS con las personas mayores Encants de Barcelona.

DESEMBRE

GENER

FEBRER

MARÇ

ABRIL

MAIG

JUNY

JULIOL

AGOST

SETEMBRE

OCTUBRE

NOVEMBRE

Ara
De temporada.
Aquí
De proximitat.
Pel
planeta
Ecològic.

Als mercats, al comerç i als restaurants,
aliments de proximitat, ecològics i de temporada.
alimentaciosostenible.barcelona



Barcelona
Capital Mundial
de l'Alimentació
Sostenible 2021



Ajuntament de
Barcelona

Año de la Capitalidad de la Alimentación Sostenible

En el último trimestre de 2020, hemos trabajado con la Oficina Técnica de la Capitalidad de la Alimentación Sostenible en la revisión de los materiales pedagógicos del programa educativo para ajustar su discurso. También hemos participado en la mesa de aprendizajes y en la mesa de ApS, impulsadas desde la Oficina técnica para transmitir las propuestas vinculadas a la sostenibilidad y la soberanía alimentaria en todos los centros de la ciudad.

Sello de Calidad del Consejo de Innovación Pedagógica

En 2020, el IMMB ha mantenido el Sello de Calidad del Consejo de Innovación Pedagógica (CIP), que acredita el potencial educativo de los mercados como espacios de aprendizaje para los alumnos de las escuelas de la ciudad. Esta acreditación le fue otorgada en el curso 2013-2014 y la ha ido renovando periódicamente. El objetivo principal del CIP es mejorar las propuestas educativas en los mercados, promoviendo la innovación mediante metodologías pedagógicas, el compromiso social y la creación de nuevos espacios de intercambio y conocimiento. Actualmente, el CIP está integrado por 159 instituciones y entidades ciudadanas, que ofrecen más de 5.000 actividades educativas a través del Programa de Actividades Escolares (PAE) a centros educativos de Barcelona y del resto de Cataluña. Como entidad del CIP, el IMMB trabaja en dos mesas de trabajo: “Vínculos para la acción educativa” y “Educación en valores”. La tarea de “Vínculos para la acción educativa” es crear sinergias entre las diferentes entidades del CIP a la hora de proponer itinerarios completos que cubran las necesidades de los centros educativos. Por su parte, la mesa “Educación en valores” en la actualidad sigue trabajando en la equidad de género, recogiendo los distintos materiales que sobre el tema tienen las entidades del CIP. para organizarlos y ponerlos a disposición de los demás miembros del Consejo.

Ciudades Educadoras

Ciudades Educadoras se inició como movimiento en 1990, con ocasión del I Congreso Internacional de Ciudades Educadoras, que tuvo lugar en Barcelona, cuando un grupo de ciudades representadas por sus gobiernos locales planteó el objetivo de trabajar conjuntamente en proyectos y actividades para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, a partir de su implicación activa en el uso y la evolución de la ciudad, conforme a la Carta de Ciudades Educadoras. Posteriormente, en 1994 este movimiento se formalizó como Asociación Internacional de Ciudades Educadoras (AICE) en su III Congreso, celebrado en Bolonia. Cada año, la AICE organiza el Día Internacional de la Ciudad Educadora, que en 2019 tuvo lugar el 30 de noviembre bajo el lema “Escuchar la ciudad para transformarla desde la cultura, la educación y la comunidad” y contó con la participación del IMMB. La ciudad educadora es un nuevo paradigma, un proyecto necesariamente compartido, que involucra todos los departamentos de las corporaciones locales, las diversas administraciones y la sociedad civil. La transversalidad y la coordinación son básicas para dar sentido a las actuaciones que incorporan la educación como un proceso que se extiende a lo largo de toda la vida. El IMMB forma parte de la mesa técnica de coordinación donde se deciden las acciones que hay que llevar a cabo para potenciar la ciudad en este ámbito.

Cooperación institucional

El IMMB persiste en su voluntad, sostenida en los últimos años, de compartir y cooperar con otras instituciones nacionales e internacionales, que acuden a nosotros para dar a conocer nuestro modelo de gestión o para asesorarse en procesos de reforma o de mejora de otros mercados. Durante el año 2020, estas actuaciones y visitas se han visto limitadas por la situación de pandemia. No obstante, destacamos las siguientes.

Webinar:

Market cities / Ciudades de mercado
“How Public Markets Can Pump Life into
Regional Food Economies and Forge
Social Cohesion”

[“Cómo los mercados públicos pueden impulsar las economías alimentarias locales y forjar la cohesión social”]. Presencia del IMMB en la conferencia en formato *webinar* organizada por la entidad norteamericana *Project for Public Spaces* (PPS) en octubre. Una de las ponentes participantes (Kristie Daniel, de la HealthBridge Foundation of Canada) incluyó un audiovisual sobre la renovación del Mercat de Sant Antoni.

Jornadas de Mercados Municipales en Gavà

El miércoles 26 de febrero, la Unió de Consumidors de Catalunya (UCC) inauguró en Gavà el IV Ciclo de Jornadas sobre Alimentación y Salud Responsable. La primera jornada de conferencias tuvo lugar en MercaGavà bajo el lema “Mercados municipales: tiempo de avanzar”. Contó con la participación como ponientes de Genís Arnàs, jefe del Servicio de Mercados del IMMB; Manel Rodríguez, director de Proyectos de Fica’t, y Mònica Jardí, comerciante. Las ponencias trataron de la evolución de la gestión de los mercados municipales y de cuál es la actualización necesaria para llegar mejor a los consumidores.

Mercado Central de Zaragoza

El IMMB participó en el jurado del concurso para la redacción del Plan director de la remodelación del Mercado Central de Zaragoza y también en el asesoramiento durante las negociaciones con los comerciantes para poder llevarla a cabo. Como culminación del proceso, el IMMB fue invitado a la inauguración del nuevo equipamiento el 2 de febrero de 2020.



Iniciativas solidarias y responsabilidad corporativa

Los mercados de Barcelona son un espacio habitual de desarrollo de iniciativas solidarias. Destacamos, a continuación, las colaboraciones especiales con las entidades y algunas de las acciones que se han convertido en realidad gracias al impulso de los comerciantes. En 2020, se han sucedido las muestras de apoyo y de unión.



AFANOC: “Posa’t la gorra”

En 2020, los mercados de Barcelona han seguido colaborando, por decimosegundo año consecutivo, en esta iniciativa, promovida por la Asociación de Familiares y Amigos de Niños Oncológicos de Cataluña (AFANOC). Coincidiendo con los 20 años de la campaña, en noviembre se llevó a cabo una acción simultánea en 18 mercados municipales, consistente en la venta de gorras elaboradas con la colaboración de diseñadores de renombre. El objetivo principal de esta acción es recaudar fondos para la lucha contra el cáncer infantil. La AFANOC trabaja dentro y fuera de los hospitales para mejorar la calidad de vida de los niños que sufren enfermedades de larga duración y mitigar los efectos de los tratamientos, que influyen directamente en los enfermos y en sus familias.

Banc dels Aliments: Gran Recapte d’Aliments

Los días 20 y 21 de noviembre, los mercados municipales participaron en la 12ª edición del *Gran Recapte d’Aliments*, promovido por la entidad Banc dels Aliments. La situación provocada por la COVID-19 llevó a Banc dels Aliments a replantearse el funcionamiento de la campaña. Finalmente, por seguridad sanitaria, se decidió sustituir la recogida física de alimentos por donaciones monetarias, adquiriendo en los establecimientos *tickets* por valor de 3 euros intercambiables por productos frescos de primera necesidad, como carne, huevos y pescado. Esta iniciativa ya se había realizado en modo piloto en 2018 como complemento a la donación de producto seco y envasado no perecedero, ante la necesidad de cubrir también la recogida de productos frescos de alto valor proteínico, muy necesarios y escasos por su dificultad de conservación y su consumo inmediato.

En 2020, 20 mercados han colaborado en el *Gran Recapte d’Aliments* (La Concepció, El Ninot, El Carmel, Provençals, La Sagrada Família, Sant Andreu, Horta, Les Corts, L’Abaceria, Sant Antoni, El Clot, Lesseps, Sant Gervasi, Les Tres Torres, Felip II, Sant Martí y Poblenou), con casi 300 establecimientos adheridos. La irrupción de la pandemia ha incrementado la demanda de alimentos un 40%. Por ello, el *Gran Recapte* es una campaña esencial que este año ha adquirido un papel especialmente relevante.

Sant Joan de Déu: Magic Line

La *Magic Line* es una carrera especial cuyos equipos participantes recaudan fondos para financiar más de 200 iniciativas solidarias. Los mercados de Barcelona han colaborado por tercer año consecutivo. Concretamente, entre el 27 de enero y el 2 de febrero, en los mercados de La Concepció, L'Abaceria, Sants, El Ninot y La Sagrada Família, grupos de la *Magic Line* ofrecieron pasteles y cafés a los clientes, a cambio de sus aportaciones. Como novedad, este año se ha contado con la colaboración de personajes conocidos, que también ofrecían cafés a la clientela que se acercaba. Los equipos usualmente están formados por vecinos del barrio, lo cual contribuye a generar sinergias muy positivas para el propio mercado.

Otras actividades de responsabilidad social y medioambiental

Ayudar a los vecinos más necesitados ha sido una práctica habitual en los mercados de la ciudad. El año 2020 ha sido especialmente duro para muchos ciudadanos de Barcelona, que han visto como la crisis sanitaria de la COVID-19 afectaba negativamente su economía. Los mercados, conscientes de esta problemática, han realizado o han colaborado especialmente este año en diferentes iniciativas solidarias, como distribuir comida fresca o elaborada, llevar la compra a domicilio a las personas mayores o de riesgo, colaborar en las recogidas de alimentos organizadas por entidades del barrio o en proyectos como Radars, para la detección de las personas mayores que se hallan en situación de soledad no deseada.

“Planta'm al balcó”

El Ayuntamiento de Barcelona, a través de los institutos municipales de Mercados, de Parques y Jardines y de Paisaje Urbano, lanzó una campaña para fomentar la plantación de verde decorativo y aromático en las ventanas y en los balcones de la ciudad. Entre el 28 de abril y el 7 de mayo, se repartieron 80.000 plantas por los mercados, que debían plantarse en diferentes espacios de la ciudad. La distribución se hizo escalonadamente:

A partir del 28 de abril: desde La Boqueria, La Barceloneta, Santa Caterina, Sant Antoni, La Concepció, Provençals, Sant Gervasi, Les Tres Torres, El Carmel, Horta, La Vall d'Hebron, Sant Andreu, El Bon Pastor, El Guinardó, Montserrat, La Trinitat, La Mercè y La Llibertat.

A partir del 6 de mayo: desde Hostafrancs, La Marina, Sants, L'Estrella, El Ninot, El Clot, Lesseps, La Sagrada Família, Galvany, Les Corts, Sarrià, Sant Martí, El Poblenou, Besòs, Felip II, Canyelles, Ciutat Meridiana, Fort Pienc, L'Abaceria y La Guineueta.

La iniciativa tenía un doble objetivo: por un lado, apoyar el sector de la jardinería y los viveros, muy afectado por las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria y, por otro, fomentar las compras de proximidad en los mercados y poner de relieve su tarea como sector esencial de abastecimiento de la ciudadanía. La iniciativa daba continuidad a la campaña “Donem pas al verd”, que promueve, entre otros conceptos, la importancia de contar con más verde en la ciudad y de enverdecer las fachadas con la implicación de la ciudadanía, por todos los beneficios que conlleva: bienestar, adaptación al cambio climático, salud, ocio, etc. Se animó a toda la ciudadanía a poner plantas en balcones y ventanas, y a compartir las imágenes del verde en casa a través de la etiqueta #PlantamAlBalcó. Todas las imágenes recibidas se incluyeron dentro del material comunicativo que se difundió el 22 de mayo, coincidiendo con el Día Internacional de la Biodiversidad.

Medio ambiente y sostenibilidad

Como señala uno de los tres grandes ejes definidos en el Plan estratégico 2015-2025, los mercados municipales son sinónimo de valores asociados a la sostenibilidad social, medioambiental y cultural. La evolución de la cantidad de residuos muestra una reducción progresiva del total de toneladas recogidas, especialmente del volumen de la fracción de los restos.

Evolución en la recogida de residuos (t)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Restos	8.236,62	7.880,84	7.447,76	6.953,58	6.996,16	5.779,86
Selectiva:	5.223,18	5.065,32	4.976,22	5.044,58	4.727,30	4.005,41
– orgánica	4.066,26	3.967,68	3.915,12	3.857,26	3.589,12	3.014,19
– papel-cartón	1.156,92	1.097,64	1.061,10	1.187,32	1.138,18	991,22
Total	13.459,80	12.946,16	12.423,98	11.998,16	11.723,46	9.785,27



Responsabilidad medioambiental

El IMMB participa en diferentes iniciativas y lleva a cabo diversas actuaciones a favor del medio ambiente, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Entre las acciones más destacadas, cabe señalar las campañas para reducir el derroche de los alimentos y varias reformas en las instalaciones de los mercados municipales para hacerlas más sostenibles.

En primer lugar, mediante la recogida selectiva de residuos, separando en diferentes contenedores el papel y el cartón, los restos orgánicos y el rechazo. En los últimos años, el volumen de residuos orgánicos ha ido disminuyendo, lo cual significa que los comerciantes cada vez planifican mejor sus compras y tienen que desechar menos productos.

Por sus características comerciales de venta al por menor, los ciudadanos que acuden a los mercados pueden comprar en ellos a granel únicamente lo que necesitan, con lo cual se reduce el volumen de envoltorios y plásticos. En 2019, se inició un estudio sobre el uso de los plásticos desechables por parte de los comerciantes y de los usuarios de los mercados. A lo largo de 2020, la fundación Rezero ha realizado el diagnóstico de la situación en los mercados y ha propuesto posibles actuaciones de mejora.

Campañas para reducir el derroche

La sostenibilidad es uno de los ejes básicos de los mercados de Barcelona. Por tanto, reducir en lo posible el derroche de los productos y aprovecharlos al máximo forma parte de las iniciativas para conseguir un modelo más sostenible.

En su función de cohesionadores sociales y elementos esenciales de la vida del barrio, varios mercados de Barcelona han llegado a un acuerdo con varias entidades sociales a las cuales les dan cada día todo el producto fresco que no han vendido. En el ámbito educativo, los mercados colaboran con Espigoladors, una organización no lucrativa dedicada exclusivamente a reaprovechar todo el producto fresco que no se vende y que de lo contrario se tiraría a la basura. En otros casos, la iniciativa de minimizar el desperdicio de los alimentos viene de los propios paradistas, a título individual.

La gestión esmerada del abastecimiento, con compras casi diarias, la disponibilidad de cámaras frigoríficas y la reducción de los restos explican que el derroche de alimentos en los mercados municipales registre unos niveles muy bajos.

Energía 100% renovable

El Ayuntamiento de Barcelona apuesta por el consumo de energía 100% renovable. Barcelona Energía es la comercializadora de electricidad de los edificios de los mercados municipales desde julio de 2018.

Pese a que el ahorro económico no es el motivo de fondo del cambio de comercializadora, cabe señalar que la empresa proporcionó un asesoramiento inicial que ha permitido ajustar las potencias y reducir la facturación entre un 1 y un 2%, lo cual ha supuesto un ahorro anual de entre 25.000 y 30.000 euros. También ha significado un ahorro económico la reducción de los precios de facturación del orden del 2%, que equivale a unos 60.000 euros anuales. Asimismo, el IMMB ha impulsado un acuerdo entre la FEMM y Barcelona Energía para difundir entre los paratistas el suministro de energía por este operador público en sus consumos individuales. En estos momentos, ya se aplica a ocho mercados municipales y se está extendiendo al resto de la red, donde los comerciantes, además de consumir energía 100% renovable, ven cómo se reduce la factura de sus consumos privados entre un 10 y un 15 % en la mayoría de los casos.

Reformas en las instalaciones de los mercados

El IMMB planifica siempre las remodelaciones integrales de los equipamientos, así como las actualizaciones y el mantenimiento de las instalaciones, desde la óptica de la mejora de la eficiencia energética. La transformación de la red y su mantenimiento en un estado óptimo requieren actuaciones constantes y todo un proceso proyectual antes de la ejecución de las obras.

Transformaciones integrales de los equipamientos

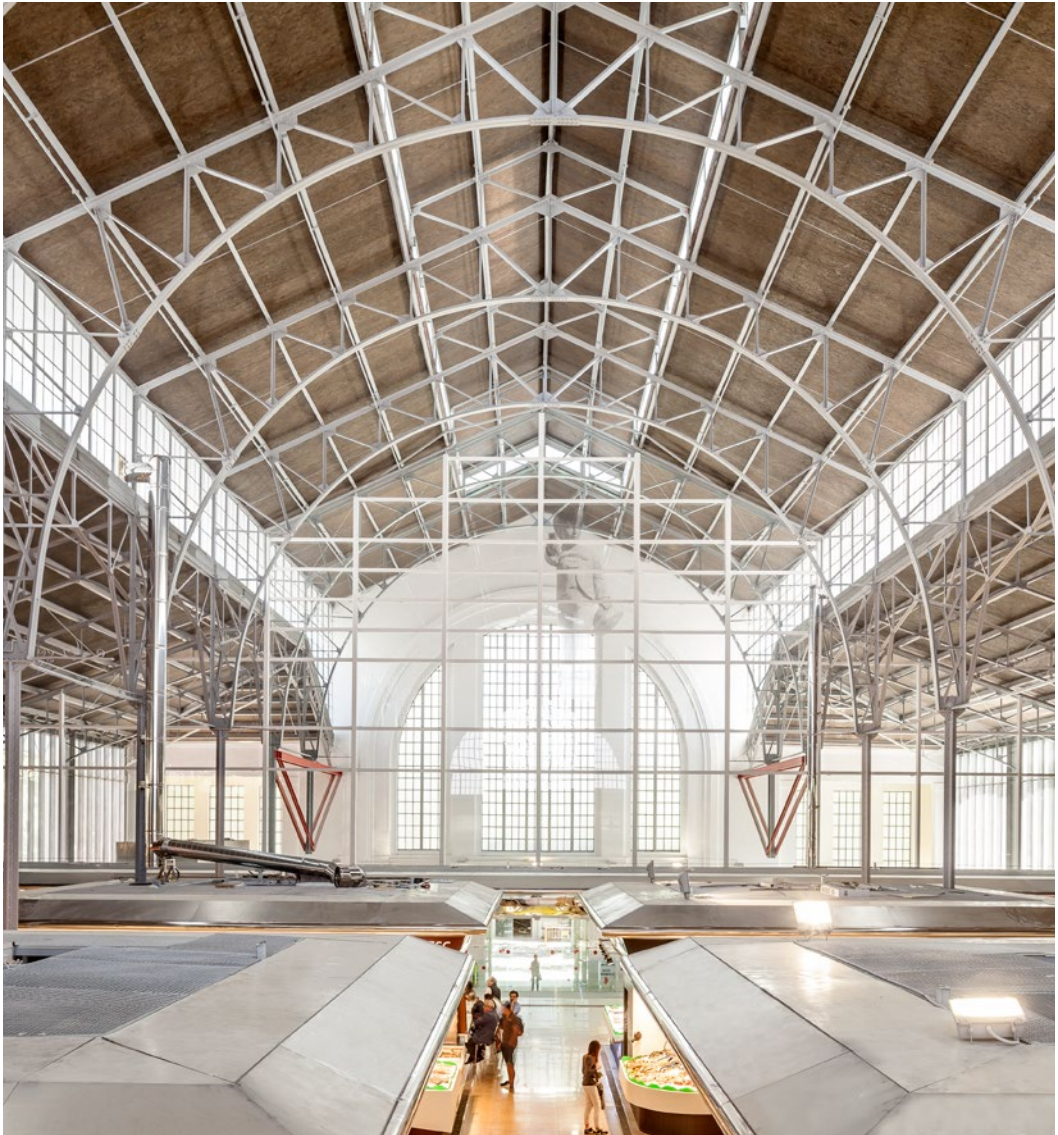
Mejoras en la eficiencia energética:

- Mejora del aislamiento térmico del equipamiento para favorecer el ahorro energético.
- Instalación de alumbrado con tecnología LED.
- Instalación de sistemas de climatización de alta eficiencia.
- Instalación de placas solares y fotovoltaicas y otros sistemas de aprovechamiento energético en función de las posibilidades que ofrece cada proyecto de transformación.

Obras de mantenimiento y mejora:

- Renovación de los sistemas de climatización con tecnologías más eficientes.
- Instalación de alumbrado con tecnología LED
- Impulso a la incorporación de placas solares o fotovoltaicas, siempre que su instalación sea viable.

Informe sobre mejoras energéticas en los mercados municipales de Barcelona



1. Mejoras energéticas en las instalaciones de climatización realizadas en los últimos cinco años:

- La Llibertat
2018 – Sustitución de componentes obsoletos del sistema de climatización.
- La Barceloneta
2018 – Cajas de ventilación en la sala de máquinas para mejorar su rendimiento.
- Sant Martí
2016 – Puesta en funcionamiento del sistema fotovoltaico.
2018 – Nueva línea de cortinas de aire.
2019 – Incorporación de seis extractores en los testeros.
- Provençals
2016 – Sistema de extracción en la sala de ventas.
2019 – Conexión de las placas solares con el calentador de agua caliente sanitaria de los lavabos.
- La Concepció
2018 – Instalación de nuevos *fan-coils* en el sistema de climatización.
- Sants
2018 – Mejora del confort climático por estratificación.
- Lesseps
2020 – Reforma de la instalación del sistema de climatización.
Sistema de extracción en la zona logística.
- La Boqueria
2020 – Sistema de extracción de humos.
- La Mercè, El Carmel y Santa Caterina
2020 – Redacción del proyecto de climatización.
- Hostafrancs
2020 – Mejoras energéticas en las instalaciones de climatización (en fase de proyecto).

2. Mejoras energéticas en las instalaciones de alumbrado:

24 mercados disponen de iluminación LED.

Desde 2014, se está implantando la tecnología LED en las salas de ventas de los siguientes mercados:

- Hostafrancs
- La Concepció
- La Barceloneta
- Fort Pienc
- Sarrià
- Felip II
- La Trinitat
- Les Corts

A medio plazo, deberán hacerse actuaciones en los mercados que incorporaron la tecnología LED en 2014-2015 para actualizarla.

Desde 2016, las actuaciones de implantación del alumbrado se han llevado a cabo tanto en las zonas de ventas como en los espacios de logística y en los almacenes de los siguientes mercados:

- El Besòs
- La Marina
- Lesseps
- La Mercè
- L'Estrella
- Sants
- Galvany (en proceso de obras)

Asimismo, desde 2016, todos los proyectos de remodelación del IMMB prevén la implantación de la tecnología LED (son proyectos redactados uno o dos años antes de la finalización de las obras). En los últimos años, se han llevado a cabo las siguientes remodelaciones:

- 2017: Sant Andreu (carpa provisional)
- 2017: Les Tres Torres.

Sustitución del alumbrado general

- 2018: L'Abaceria (carpa provisional)
- 2018: La Vall d'Hebron
- 2018: La Boqueria

Sustitución del alumbrado general

- 2019: Sant Antoni
- 2019: El Bon Pastor

En 2019, también se sustituyó el alumbrado por LED en las salas de ventas de:

- Sant Gervasi
- Ciutat Meridiana
- El Besòs (nueva zona de almacenes)

Durante el año 2020, se han redactado seis proyectos ejecutivos de sustitución de alumbrado a LED:

- El Carmel
- Hostafrancs
- Provençals
- La Sagrada Família
- Santa Caterina
- El Ninot

3. Instalaciones de ahorro energético o de energías renovables en los mercados de Barcelona:

Instalaciones geotérmicas (G) o hidrotérmicas (H) en los siguientes mercados (ahorro energético en el sistema de climatización):

- Sants (2016) (H)
- Sant Antoni (2018) (G)

Instalaciones de aprovechamiento de filtraciones de agua freática para WC:

- Fira de Belcaire (2013)
- Sant Antoni (2018)

Instalaciones de placas solares para el suministro de agua caliente sanitaria:

- La Guineueta (2013)
- Fira de Belcaire (2013)
- Provençals (2013)
- El Ninot (2015)
- El Guinardó (2015)
- La Vall d'Hebron (2018)

Instalaciones de placas fotovoltaicas:

- La Barceloneta (2007)
- Fira de Belcaire (2013)
- El Guinardó (2015)
- Sant Martí (2003)
- El Carmel (2007)
- Provençals (2013)
- El Ninot (2015)
- La Vall d'Hebron (2018)
- Les Tres Torres (en proyecto)
- Sant Gervasi (en proyecto)

Instalaciones de geotermia:

- Sant Antoni (2018)

Control energético (monitorización a través de un sistema de control de supervisión y adquisición de datos, SCADA):

- Sant Antoni (2018)
- El Ninot (2019)



Comerç Verd

Comerç Verd es un proyecto del Instituto Municipal de Mercados de Barcelona (IMMB), el Comisionado de Economía Social y Solidaria, Desarrollo Local y Política Alimentaria del Ayuntamiento de Barcelona, y la Federación de Mercados Municipales de Barcelona (FEMM), que pretende facilitar a los establecimientos de los mercados municipales la posibilidad de diferenciarse y mejorar las ventas ofreciendo productos locales, ecológicos, de pequeños productores, del campo o de lonja.

En 2021, Barcelona es la Capital Mundial de la Alimentación Sostenible. Y una de las acciones principales de esta capitalidad es la iniciativa “Comerç Verd”, que se empieza a trabajar en 2020. El proyecto se enmarca en la línea de trabajo dedicada a la sostenibilidad de los mercados y es uno de los tres ejes principales del plan estratégico tiene por objeto. Uno de sus programas tiene por objeto “facilitar la distribución y comercialización de los productos de proximidad en los mercados municipales”. Es un proyecto de presente y de futuro, con el cual queremos mejorar la competitividad del comercio y convertirnos en prescriptores de la alimentación sostenible.

Objetivo principal del proyecto

Facilitar a los establecimientos de los mercados municipales la posibilidad de ofrecer producto verde, de forma visible y diferenciada, y mejorar su competitividad y sostenibilidad a través de la oferta de:

- producto local: originario de Cataluña
- producto ecológico: con certificado CCPAE
- producto directo del campo:
de circuito corto
- producto directo de lonja: de circuito corto
- producto de pequeño productor: de circuito corto
- producto de elaboración propia, con obrador autorizado.

Objetivos específicos

- Aumentar la visibilidad del comercio y de los productos de estas características.
- Mejorar la accesibilidad de los productos de comercio verde.
- Ofrecer servicios de información y acompañamiento para potenciar el negocio de los establecimientos.
- Valorar y distinguir la labor de los comerciantes, y ayudarles a aumentar las ventas y a fidelizar la clientela de estos productos.

Los establecimientos que se adhieran al proyecto podrán ser distinguidos como *Comerç Verd* o *Racó de Comerç Verd*.

Compromisos del Ayuntamiento de Barcelona y del IMMB

- Facilitar la señalización del establecimiento y del producto en el lanzamiento del proyecto, previsto inicialmente para el segundo semestre de 2021.
- Desarrollar una campaña de comunicación específica del proyecto para darlo a conocer a los ciudadanos.
- Ampliar progresivamente la oferta con otras contraprestaciones, acciones de formación o comunicativas.
- Ofrecer atención personalizada para resolver dudas o consultas a través de las asociaciones y los gremios.
- Evaluar la satisfacción y eficacia de las acciones del programa con dos visitas anuales.
- Facilitar más vías de abastecimiento de producto local, ecológico y de circuito corto (Mayoristas de Mercabarna, Biomarket de Mercabarna, contacto con los pequeños productores a través del CIAP).
- Revisar el cumplimiento de los compromisos, con visitas de verificación.

Compromisos de los comercios adheridos

- Firmar una declaración responsable de adhesión.
- Hacer un uso constante y correcto de la señalización específica para visibilizar que se trata de un *Racó de Comerç Verd* o de un *Comerç Verd*.
- Aportar la opinión sobre el funcionamiento del proyecto y facilitar datos de cumplimiento.

Requisitos de adhesión

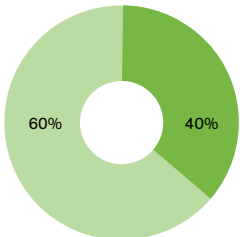
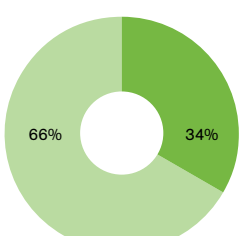
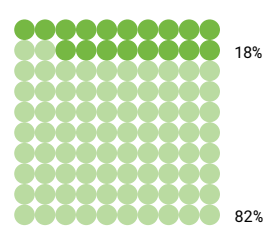
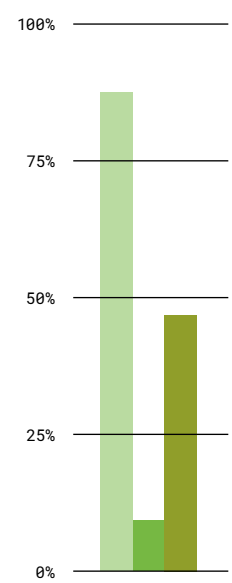
Durante el año 2020, se han consensado con los comerciantes de los diferentes sectores, con reuniones con la FEMM y los diferentes gremios, los requisitos para la adhesión de los establecimientos al proyecto. Así, cualquier establecimiento puede ser clasificado dentro de una de las dos categorías (*Comerç Verd* o *Racó de Comerç Verd*), en función del número de referencias o del porcentaje de producto disponible en su establecimiento. Para poder asignar las categorías *Comerç Verd* o *Racó de Comerç Verd*, hay que cumplir como mínimo un criterio (producto local, ecológico, directo del campo o de lonja o de pequeño productor). El criterio “elaboración propia” será un valor añadido del establecimiento, pero no suficiente como criterio único para su adhesión. Está previsto que, en otoño de 2021, el programa ya esté funcionando en toda la red de mercados.



Reducción de los plásticos desechables

En el marco del plan estratégico *Mercats de Barcelona 2015-2025*, de la emergencia climática y de la medida “Residu zero”, trabajamos en estrategias para minimizar los residuos.

Situación de partida: generación de residuos en los mercados

Del proveedor a la tienda	En la presentación del producto	De la tienda a casa
<p>Tipos de residuos</p> <ul style="list-style-type: none"> — Cajas de cartón — Cajas de madera — Cajas de plástico — Plástico (film, porspán...) <p>Transporte</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Directo del comerciante ● A través de un distribuidor  <p>Materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Reutilizables ● No reutilizables 	<p>Se presentan tal como llegan del proveedor</p> <ul style="list-style-type: none"> — Cajas reutilizables — Materiales no reutilizables — Envases desechables (vidrio, plástico, latas, papel y cartón...) — Cajas no reutilizables — Otros elementos (film...) <p>Son manipulados y expuestos con otros materiales</p> <p><u>No reutilizables</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Hielo y film (papel compostable) ● Plástico (film, porspán, al vacío, envases, etc.)  <p><u>Materiales reutilizables</u></p> <ul style="list-style-type: none"> — Materiales de plástico (bandejas, cajas...) — Otros materiales (ollas, cubiertos reutilizables, cajas de madera...) 	<p>Elementos no reutilizables</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Envases de plástico ● Envases compostables ● Otros (papel, aluminio...)  <p>Elementos reutilizables</p> <ul style="list-style-type: none"> — Carros de la compra o capazos — Bolsas reutilizables — Fiambreras — Fiambreras de rejilla

Como resultado de los primeros análisis, preocupa especialmente la generación de plásticos desechables, que ha aumentado de forma exponencial en las últimas décadas. Se calcula que en 2020 se han generado hasta 500 millones de toneladas de plástico. Gran parte de este plástico corresponde a productos desechables y envases: el 40% del plástico producido en el mundo se convierte en un residuo en menos de un mes. El IMMB quiere avanzar en el desarrollo de una estrategia de reducción de los plásticos desechables en los mercados de la ciudad. Apostar por reducir los plásticos en los mercados significa trabajar por un modelo de distribución y consumo de bajas emisiones, que mejore la eficiencia de los procesos y evite el derroche innecesario de los recursos naturales. Desde 2019 y durante todo 2020, se ha trabajado con la fundación Rezero, para hacer un diagnóstico de la situación en los mercados en relación a la utilización de plásticos por parte de los comerciantes y de los consumidores. Como resultado, se ha elaborado una primera propuesta de actuación para su reducción efectiva, que deberá desplegarse.

- Disponibilidad de infraestructuras para la recogida selectiva de residuos
- Reutilización de palés
- Participación en el Banc dels Aliments
- Autocompostaje de la fracción orgánica
- Inclusión de sistemas para eliminar el hielo
- Reutilización de las cajas de cartón, madera y plástico
- Utilización de bolsas compostables para los residuos orgánicos
- Reducción del embalaje
- Uso de guantes no desechables
- Uso de pizarras para anunciar ofertas
- Sustitución de las cajas de poadespán por otras de un material distinto

- Ajuste de las políticas de compra de los paratistas a las previsiones de venta
- Uso de materiales reciclados, en lo posible
- Minimización de los envoltorios en los productos que se venden (distribución de bolsas reutilizables o compostables)

Principales datos del diagnóstico realizado

Los objetivos del trabajo realizado han sido:

1. Análisis del consumo y la generación de envases de plástico desechable en los mercados.
2. Elaboración de una propuesta de actuación y líneas estratégicas para el conjunto de los mercados de la ciudad.

Este estudio consta de dos fases distintas:

Fase 1. Diagnóstico de la situación actual de generación de plásticos desechables en los mercados de Barcelona.

Fase 2. Elaboración de un plan de actuaciones de mejora (2021).

Análisis de la situación en diez mercados:

La Boqueria (Ciutat Vella)

Sarrià (Sarrià)

Sant Martí (Sant Martí)

La Concepció (Dreta de l'Eixample)

Les Corts (Les Corts)

Abaceria (Gràcia)

Sants (Sants)

Horta (Horta)

Bon Pastor (Bon Pastor)

Trinidad Nova (Nou Barris)

10 encuestas a directores de mercados

248 encuestas a comerciantes

260 encuestas a consumidores

Grado de cumplimiento de la normativa en los mercados.