



Red de Mercas, compromiso ambiental y responsabilidad social

DAVID CHICA

Director de Estructuras Comerciales de Mercasa

RESUMEN

La responsabilidad de las empresas con la sociedad y el medio ambiente debe ser cada día mayor, y así lo exigen los ciudadanos. Avanzar en sostenibilidad y en responsabilidad social no es sólo una obligación para una empresa pública como Mercasa, es una obligación con la sociedad y con el planeta. En este artículo se recogen las principales actuaciones que se desarrollan en la Red de Mercas, como muestra del compromiso de Mercasa y las Mercas con un modelo de mercado mayorista más eficiente, más sostenible y más responsable con la sociedad de la que forma parte.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social, compromiso ambiental, Mercasa, Mercas, distribución, alimentación.

La Red de Mercas ha tenido desde sus inicios vocación de servicio público. Cuando los mercados centrales, ubicados en los centros de las ciudades, no tenían espacio suficiente, contaban con infraestructuras anticuadas y dificultaban el desarrollo de las ciudades se plantea la necesidad de su traslado. Al mismo tiempo, el crecimiento de las ciudades, genera incertidumbres sobre la forma de abastecimiento de las mismas, sobre la garantía y la calidad de los productos que llegan a los grandes núcleos de población, y sobre la formación de precios y los riesgos de procesos inflacionistas en los alimentos de primera necesidad.

Es en este momento, en los años 60 del pasado siglo, cuando se crea Mercasa, con el objetivo de poner en marcha las

Unidades Alimentarias, trasladando los viejos mercados de los centros urbanos. Creando para ello infraestructuras capaces de garantizar el abastecimiento de ciudades, que diariamente crecen con la población que emigra del campo.

Probablemente, una parte del éxito que supone que las Mercas sigan siendo una pieza clave en la distribución comercial de este país, se deba a la creación de Mercasa y al impulso de un modelo de mercado mayorista común en todas las ciudades. En ese momento no se planteó simplemente un traslado de las instalaciones, con todas sus dificultades, sino que se creó una red de Unidades Alimentarias que pudieran dar servicio a la inmensa mayoría de los núcleos de población. Con reservas suficientes de suelos para el desarrollo de las ZAC (Zonas de Actividades

Complementarias), donde poder instalarse operadores de la distribución integrada u operadores del mercado que necesiten mayor espacio para el desarrollo de actividades logísticas o de valor añadido.

Desde la inauguración de Mercasalamanca, primera Merca de la red en el año 1971, hasta Mercalgeciras, en 2003, se han creado 23 Mercas, mediante una alianza institucional entre la Administración central, a través de Mercasa, y los ayuntamientos de cada una de las ciudades. Siendo esta composición accionarial de las Mercas otro de los elementos importantes a analizar a la hora de comprender el éxito del modelo.

Pero desde aquella Mercasa inicial de 1966, y aquella Mercasalamanca inaugurada en febrero de 1971, han aparecido nuevos retos y nuevas obligaciones que atender. Las Mercas han ido incorporando nuevas funciones de servicio público a lo largo de este tiempo. Hoy nuestros mercados mayoristas prestan servicios de limpieza, vigilancia, control de accesos, formación, veterinarios, instalaciones de frío, seguimiento de precios, marca de garantía de calidad de los productos y un largo etcétera. También garantizan la competencia con la presencia de más de 3.510 operadores, entre los que se encuentran productores locales, en los mercados de las 23 Mercas, una formación transparente de precios, la trazabilidad de los productos, y sinergias y economías de concentración que mejoran la competitividad y eficiencia de los operadores.

Pero los mercados mayoristas, que a día de hoy tienen una cuota de mercado del 55% en frutas y hortalizas, el 37% en pescados y el 21% en carnes, no pueden quedarse parados. Las Mercas tienen que desarrollarse con la sociedad de su tiempo, y ser capaces de adelantarse a las necesidades y demandas de la misma.

Por ello, uno de los principales retos que la Red de Mercas está abordando en los últimos años es reducir el impacto ambiental que estas "ciudades" dentro de la ciudad tienen sobre su entorno.



Mercasalamanca.

EL MEDIO AMBIENTE EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

Son muchos los aspectos que relacionan el medio ambiente y el sector de la alimentación. Desde la producción hasta el consumidor final hay elementos ambientales a lo largo de toda la cadena. La sociedad hoy nos exige ser más sostenibles. Nos exige ser capaces de satisfacer las necesidades de la actual generación sin condicionar las futuras generaciones.

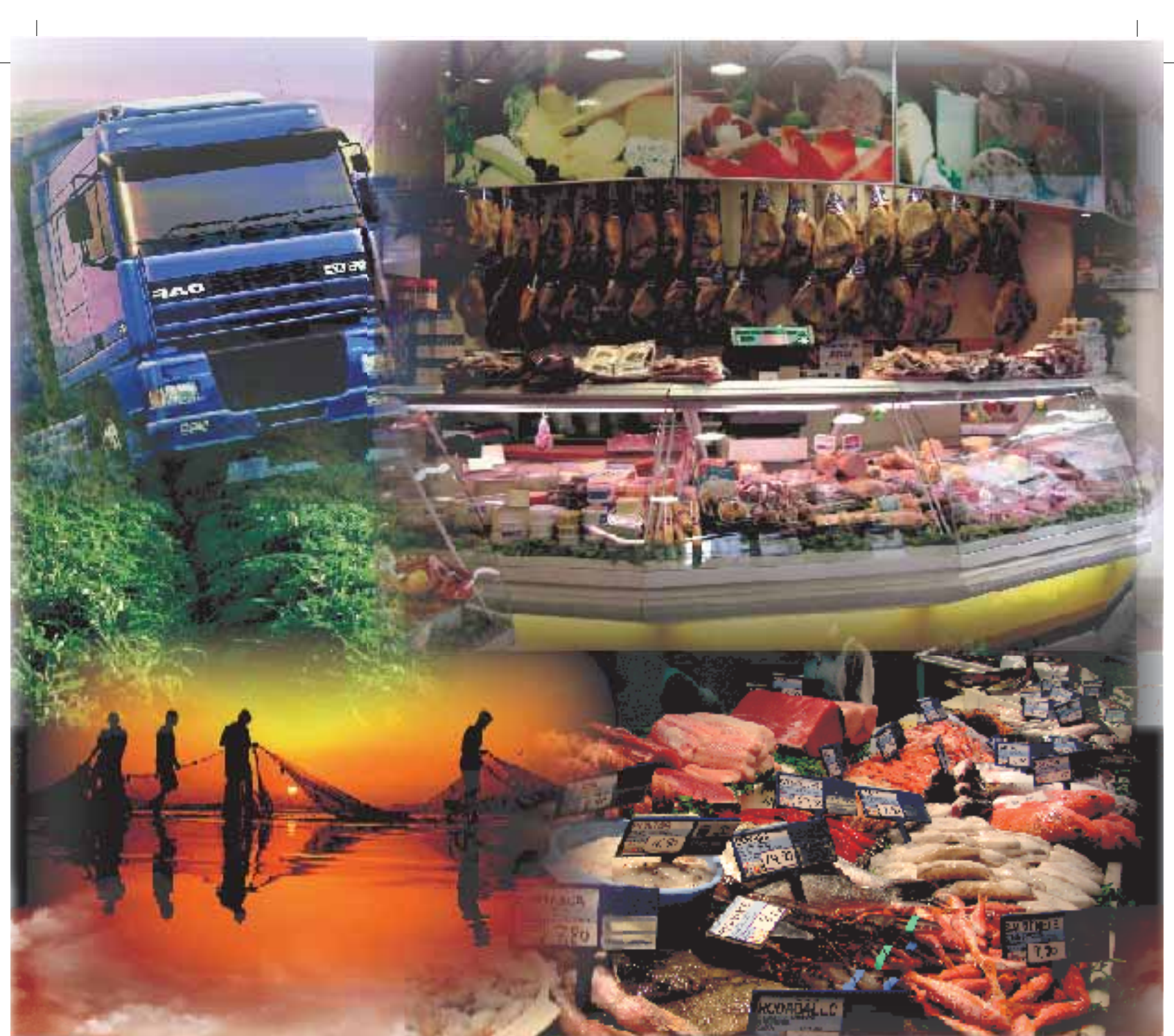
La amenaza que supone el cambio climático ha obligado a adoptar compromisos internacionales como el Protocolo de Kioto, suscrito por 159 países. Este protocolo plantea la reducción de gases de efecto invernadero al menos en un 5% de promedio entre 2008 y 2012 respecto a 1990. En el caso de la UE el compromiso es reducir al menos un 8% las emisiones contaminantes en el mismo periodo.

En caso de no actuar sobre las emisiones de los gases causantes del efecto invernadero, la temperatura media de la superficie del planeta aumentaría entre 1,4 y 5,8 °C de aquí a 2100, según las estimaciones de la ONU. Por ello, desde la Comisión Europea se señala que "Estos cambios repercutirán gravemente en el ecosistema y en nuestras economías". Parece evidente que si el cambio climático afecta al conjunto del planeta, incidirá especialmente en aquellos sectores, como el de la alimentación, que dependen de lo que produce el planeta.

Pero el sector de la alimentación no sólo está amenazado por el cambio climático. La necesidad de dar respuesta al reto de la sostenibilidad nos obliga a reflexionar sobre ciertas pautas de producción y consumo. La sobreexplotación de caladeros de pesca, el abuso en la captura de especies al borde de la extinción, los descartes o técnicas de pesca poco respetuosas con los ecosistemas sobre los que se practican, han obligado a las Administraciones públicas a establecer políticas más exigentes en esta materia. Así, la Política Pesquera Común introduce a partir de la reforma de 2002 una estrategia de gestión más a largo plazo, mediante planes plurianuales de recuperación de las especies y la introducción de una gestión pesquera basada en el concepto de ecosistema. De este modo, se hace mayor esfuerzo en el establecimiento de cuotas de capturas sobre las especies, se adoptan mayores restricciones sobre las artes de pesca o se endurece el control sobre las tallas mínimas.

En el año 2002, en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, los Gobiernos de todo el mundo acordaron poner en práctica el Código de Conducta de la FAO para la Pesca Responsable con el fin de recuperar en 2015 las poblaciones de peces a nivel mundial. A pesar de los esfuerzos de las Administraciones en esta materia, todavía queda un largo recorrido para lograr el objetivo mencionado.

El sector de la producción agrícola tam-



Centro Logístico y de Distribución de Producto Fresco Perecedero



MERCAGRANADA S.A.

www.mercagránada.es

958 276 300



poco ha vivido ajeno a una mayor conciencia ambiental. El uso de fertilizantes y fitosanitarios, las técnicas de cultivo, el uso del agua o la introducción de cultivos transgénicos son cuestiones que han estado presentes en los debates sobre el sector en los últimos tiempos. Pero desde las Administraciones también se han adoptado medidas, la estructura de la producción agrícola no se entendería sin la PAC, una de las políticas más importantes que se desarrollan en el marco de la UE, y que acapara casi la mitad del Presupuesto de la Unión.

En el sector de la carne, las crisis surgidas, como la encefalopatía espongiforme bovina, han permitido reconocer la importancia de desarrollar una trazabilidad alimentaria que permita garantizar la seguridad de los productos y poder actuar en caso de algún tipo de emergencia alimentaria. Junto al desarrollo de la seguridad alimentaria y la trazabilidad de los productos, también se ha producido un importante debate sobre la forma de producción, las emisiones que producen las explotaciones ganaderas o el confort animal.

Se han producido cambios y movimientos en el sector de la producción, como se ha indicado con anterioridad, pero

también hay aspectos a señalar en el comportamiento de los consumidores. La sociedad exige a las Administraciones y a las industrias ser más sostenibles, pero esta exigencia es más tenida en cuenta desde el momento en que los aspectos ambientales condicionan las pautas de consumo. La creciente demanda de productos ecológicos y su venta directa, la aparición de huertos urbanos o los estudios sobre la sostenibilidad de las políticas de compra y venta de productos pesqueros por parte de las cadenas de supermercados son algunos ejemplos de cómo los consumidores demandan más información y una mayor sostenibilidad en la producción de los alimentos que consumen. Señalar que el incremento de superficie agraria dedicada a producción ecológica en España ha pasado de 4.235 hectáreas en 1991 a 1,62 millones de hectáreas en 2009. La Comisión Europea sitúa entre un 10% y un 15% anual el crecimiento del mercado de este tipo de productos durante los últimos años.

También es interesante señalar la aparición de movimientos como el *slow food*, que se define como “una asociación ecogastronómica para contrarrestar la fast food y la fast life, impedir la desaparición

de las tradiciones gastronómicas locales y combatir la falta de interés general por la nutrición, por los orígenes, los sabores y las consecuencias de nuestras elecciones alimentarias”. En la actualidad este movimiento ya cuenta con más de cien mil miembros en todo el mundo.

Por último, y no menos importante, recordar los compromisos internacionales para erradicar la pobreza. Dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU para 2015 aparece como primer objetivo erradicar la pobreza extrema y el hambre. La meta de este objetivo es reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padecen hambre. Tal y como señalan los informes de Naciones Unidas, este objetivo está aún muy lejos de conseguirse, ya que “es probable que el hambre haya alcanzado un máximo en 2009, una de las muchas consecuencias de la crisis alimentaria y financiera mundial”.

También señalar la aparición del movimiento por la soberanía alimentaria en la Cumbre Mundial de la Alimentación de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO) de 1996 en Roma, de la mano de Vía Campesina. Movimiento que entiende la soberanía alimentaria como la facultad de cada Estado para definir sus propias políticas agrarias y alimentarias de acuerdo a objetivos de desarrollo sostenible y seguridad alimentaria. Ello implica la protección del mercado doméstico contra los productos excedentarios que se venden más baratos en el mercado internacional y contra la práctica del dumping. Frente al concepto de seguridad alimentaria existente hasta el momento, que se centra en la disponibilidad de alimentos, el movimiento de la soberanía alimentaria presta gran atención al modo de producción de los alimentos y su origen.

LA SOSTENIBILIDAD EN LA DISTRIBUCIÓN, EL RETO DE LA RED DE MERCAS

Tras echar un vistazo rápido a las realidades diversas que van desde la producción

el mayor centro
de abastecimiento alimentario
de la Costa del Sol

mercamálaga

mercamálaga



Avda. José Ortega y Gasset, 533 ● 29196 Málaga

Teléfono: 95 217 90 10

Fax: 95 217 90 06

e mail: mercamalaga@mercamalaga.es



ASOCIACIÓN DE
MAYORISTAS DE
PESCADOS DE
MERCAMÁLAGA



ACMERMA
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE MERCAMÁLAGA

a los hábitos de consumo, pasando por los desarrollos normativos y los compromisos para erradicar la pobreza, parece claro que este sector no permanece al margen de la necesidad de abordar un modelo productivo, de distribución y consumo más sostenible.

Todas estas cuestiones planteadas están relacionadas de una manera u otra con la actividad que se desarrolla en los mercados mayoristas. Aunque las decisiones sobre las mismas no se tomen en el ámbito de los mercados, sí que afectan a su funcionamiento, y van a condicionar el futuro de la actividad que se desarrolla en los mismos.

Desde la gestión de los mercados mayoristas el reto consiste en mejorar la sostenibilidad y la eficiencia, para demostrar que un mercado más sostenible es también un mercado más rentable. Desde la experiencia local desarrollada en distintas Mercas de la Red, se pueden obtener prácticas generalizables para el conjunto de las Unidades Alimentarias, que den respuesta al reto de avanzar en sostenibilidad y, al mismo tiempo, reafirmar el compromiso de servicio público de estos mercados, atendiendo las demandas de la sociedad en los aspectos relacionados con el medio ambiente.

Así, en los últimos años se han desarrollado distintas acciones que han permitido una mejora en la gestión, en la sostenibilidad y en la responsabilidad social de las Mercas en aspectos como:

- La mejora logística, ahorro y reducción de residuos a través de la implantación de un pool de cajas reutilizables de transporte en frutas y hortalizas.
- La producción de energías renovables mediante el aprovechamiento de las cubiertas de los mercados para la instalación de placas fotovoltaicas.
- La separación y valorización de residuos a través de la creación de puntos verdes en las Unidades Alimentarias.
- Actuaciones para la reducción del



consumo, tratamiento y reutilización del agua.

- Facilitar la labor de los Bancos de Alimentos en instalaciones de los mercados mayoristas.
- Potenciar los hábitos saludables de consumo entre la población escolar.
- Una apuesta por la formación en el sector agroalimentario y de la distribución.

A partir de la experiencia desarrollada por Mercabilbao de un pool de envases, premiada en 2009 con el tercer premio a la sostenibilidad de la Unión Mundial, Mercasa estudia la implantación de un pool conjunto en la Red de Mercas (ver artículos publicados en *Distribución y Consumo* nº 104).

Del estudio desarrollado, con la colaboración de AECOC, se desprende que la implantación de un pool de CRT (cajas reutilizables de transporte) mejorará la eficiencia operativa y competitividad de los operadores instalados en las Mercas, aumentando el valor de los servicios que las Mercas ofrecen a los mayoristas.

A través de este sistema de pool se logra un incremento de la imagen de marca y estandarización de procesos operati-

vos, así como una reducción de los costes logísticos y operativos de los residuos generados a causa del uso de embalaje secundario no reutilizable y del impacto medioambiental derivado del tratamiento de residuos y de las ineficiencias durante el transporte.

Los resultados del estudio arrojan una importante reducción de las emisiones de CO₂, al analizar el ciclo de vida de los envases. Pudiendo suponer una reducción de 107.320.377 toneladas de CO anuales, en el caso en que participaran de este sistema un 25% de los mayoristas que a día de hoy operan en los Mercados de Frutas y Hortalizas de la Red de Mercas.

La reducción de residuos puede llegar a suponer 35.537.667 kilos menos, lo que equivaldría a no tener que retirar más de 2.000 camiones de basura al año de las Unidades Alimentarias y de las calles de nuestras ciudades. En cuanto a los beneficios que se obtendrían si una cuarta parte de los mayoristas que operan en la Red de Mercas participaran de este sistema, rondarían aproximadamente los 59 millones de euros de ahorro.

Todos estos aspectos de mejora supo-

merca **B**ilbao

siempre en vanguardia



**GOXOA
GARDENA
GARBIA**

**SABROSO
SEGURO
SALUDABLE**

merca **B**ilbao

www.mercabilbao.es

nen ahorros desde un punto de vista económico y de reducción de residuos, recogida, tratamiento, y emisiones en producción y ciclo de vida.

Otro de los campos de mejora en la eficiencia y ahorro es el relacionado con la producción y el consumo energético. Desde Mercasa se ha apostado por el aprovechamiento de las cubiertas de los mercados para la instalación de placas fotovoltaicas, así como por la realización de auditorías energéticas que permitan localizar posibles ahorros y mejoras en la eficiencia de las instalaciones.

En 14 Unidades Alimentarias están instalados o en proceso de instalación parques de energía solar fotovoltaica. El aprovechamiento de las cubiertas de las naves permite una disminución de consumo de combustibles fósiles y una reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera. La producción de energía fotovoltaica compensa las necesidades energéticas de la Merca, en algún caso más del 100% del consumo de la misma. Por último, los ingresos por el arrendamiento de las cubiertas hacen posible abordar inversiones en la mejora de la eficiencia energética de las instalaciones.

Una planta de 100 kW con, 1.500 horas de sol produce 150.000 kW h, lo que evitaría la emisión de 117.900 toneladas de CO₂ a la atmósfera. Cada planta de estas características supone un ahorro de 15,7 toneladas equivalentes de petróleo. Las instalaciones fotovoltaicas en la Red de Mercas generarán un total aproximado de unos 16.000 megavatios-hora, lo que evita la emisión de 125.760 Tm de CO₂ a la atmósfera. Y genera el equivalente al consumo de 4.000 hogares.

Las Unidades Alimentarias son recintos donde se encuentran operadores que son grandes generadores de residuos, que la gestión de residuos sea uno de los campos de actuación prioritarios. El punto verde da respuesta a necesidades de separación y valorización de residuos de la Unidad Alimentaria. A través de la separación en materia orgánica, cartón, madera, plásticos (film y flejes) y poliespan.



Las inversiones desarrolladas en estas instalaciones por parte de las Mercas son importantes. En el caso de Mercabarcelona, el punto verde se puso en marcha en 2002 con una inversión, hasta el día de hoy, que ronda los tres millones de euros. En algunos casos se ha conseguido separar y valorizar más del 90% de los residuos generados en la Unidad Alimentaria, como sucede en Mercapalma. Este hecho es especialmente importante, ya que evita la incineración de los residuos generados en dicha Unidad Alimentaria.

Es importante señalar que este servicio no es entendido sólo como una obligación desde un punto de vista ambiental. Es un centro más de explotación de la Unidad Alimentaria y un servicio que se ofrece a los operadores de la misma.

Por último, señalar las actuaciones que se han realizado para reducir el consumo de agua de las instalaciones, para su recuperación y posterior uso para riego. Ya que el agua es un bien escaso, y especialmente en algunas zonas de nuestro país, es imprescindible desarrollar estrategias para reducir el consumo de la misma en las Unidades Alimenta-

rias. La primera acción que se desarrolla es la racionalización del consumo de agua, y conseguir una concienciación de los operadores y trabajadores. Los mercados mayoristas deben contar a su vez con un sistema de control de pérdidas eficiente, que permita localizar averías y fugas en el momento en que se produce. Y, en los casos en que las actividades que se desarrollan lo requieran, realizar el preceptivo tratamiento de aguas residuales y una reutilización posterior de la misma para riego.

Todos estos elementos forman parte de la experiencia desarrollada en Mercamurcia, galardonada con el segundo premio de sostenibilidad 2009 de la Unión Mundial, que consigue eliminar el vertido de aguas residuales desde el complejo cárnico. Mercamurcia reutiliza el agua depurada en sus instalaciones para el riego de palmeras del vivero situado junto a sus instalaciones. En la actualidad se depuran unos 36.000 m³/año de aguas residuales con una gran carga contaminante, que son reutilizados en los viveros municipales cercanos y permiten regar una superficie de unas 20 hectáreas.

Uva de mesa embolsada del Vinalopó
**LA UVA MEJOR PROTEGIDA
DEL MUNDO**



 GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'AGRICULTURA, PESCA I ALIMENTACIÓ

www.uva-vinalopo.org

La única uva del mundo embolsada con *Denominación de Origen*

LA RED DE MERCAS, COMPROMETIDA CON LA SOCIEDAD

La apuesta por la sostenibilidad y por la responsabilidad social de la Red de Mercas es también un compromiso de solidaridad con las personas que por distintas circunstancias carecen de los recursos para poder acceder a los alimentos básicos.

La importante labor que desarrollan los Bancos de Alimentos es aún mayor en un momento de crisis como el actual. En la Red de Mercas se destinan más de 5.000 m² a la distribución de excedentes de alimentos, no aptos para la comercialización pero sí para el consumo. Desde las instalaciones localizadas en las Mercas se han distribuido en el último año más de 10.000 toneladas, y son más de 3.000 las empresas que colaboran en la actualidad. El Banco de Alimentos, organización sin ánimo de lucro basada en el voluntariado, tiene instalaciones en 14 Mercas de la red.

Señalar que desde las instalaciones situadas en las Mercas se atiende a parados de larga duración, familias de inmigrantes, residencias de ancianos, toxicómanos y comedores de indigentes. Alimentos que son canalizados a través de organizaciones, ya que desde estas instalaciones no se atienden directamente las necesidades de particulares. La colaboración del conjunto de las Mercas con esta iniciativa se vio reconocida a través del Premio de la Espiga de Oro en 2009 otorgado a Mercapalma.

Otro elemento fundamental de la responsabilidad social que se desarrolla desde la Red de Mercas es la apuesta por difundir los hábitos saludables de consumo entre la población escolar. En la mayoría de las Mercas se realizan visitas y talleres con escolares, con una gran demanda y aceptación por parte de los centros educativos y los propios escolares.

Vale la pena señalar la campaña "5 al día", nacida en Mercabarna en 1998, que tiene como objetivo el fomento del consumo de frutas y hortalizas entre los niños. También se desarrollan actuaciones con



el pescado como protagonista, como el taller "Del mar al plato" en Mercabilbao, en el que los escolares conocen de primera mano el pescado y la importancia del mismo en una dieta equilibrada. En el sector del pescado, la puesta en marcha este curso del CIP (Centro de Interpretación del Pescado) en Mercabarna supone una importante inversión y una actuación pionera en la red dirigida también a escolares, que completa la oferta de la campaña "5 al día" anteriormente citada.

Con objetivos coincidentes se desarrolla desde Mercapalma el proyecto "Escuela al Mercat", que pretende corregir los malos hábitos alimentarios, así como dinamizar los mercados de frutas y hortalizas y la competitividad de la cadena comercial. Este último aspecto es una novedad de este programa, que cuenta con un gran respaldo institucional y del sector mayorista y detallista.

Han sido más de quince mil los escolares que han pasado por las distintas actividades de la Red de Unidades Alimentarias en el último curso, lo que refleja el compromiso de las Mercas con las generaciones futuras y con los hábitos saludables de alimentación y consumo.

Por último, señalar que una apuesta por el futuro de los mercados mayoristas debe estar acompañada de un compromiso con la formación. El Área de Formación de Mercabarna es la pionera en la red; creada en 1987, en la actualidad es uno de los centros de aprendizaje de mayor prestigio y experiencia para la formación de profesionales del sector agroalimentario, especialmente de aquellos que intervienen en el tratamiento de productos frescos.

La formación que se ofrece en las Mercas se organiza en torno a dos grandes bloques, uno dirigido principalmente a personas desocupadas que desean incorporarse al mercado laboral del sector agroalimentario, y otro bloque que comprende la formación continua que atiende a cada empresa o colectivo, a través de cursos especializados, según sus necesidades concretas.

También se desarrollan iniciativas como la Oficina de Empleo ubicada en Mercamadrid que, en colaboración con la Agencia Municipal de Empleo de Madrid, sigue ampliando los servicios que presta a los ciudadanos que buscan trabajo y ha puesto en marcha una bolsa de empleo dirigida específicamente al sector alimentario. Esta iniciativa, única en el sector, que cuenta con una gran acogida, es el resultado de una colaboración institucional que pone a disposición de empresarios y trabajadores un servicio de intermediación laboral ágil, gratuito y eficaz en la misma Unidad Alimentaria.

La responsabilidad de las empresas con la sociedad y el medio ambiente debe ser cada día mayor, y así lo exigen los ciudadanos. Avanzar en sostenibilidad y en responsabilidad social no es sólo una obligación para una empresa pública como Mercasa, es una obligación con la sociedad y con el planeta. A través del presente artículo se ha intentado recoger brevemente las principales actuaciones que se desarrollan en la Red de Mercas como muestra del compromiso de Mercasa y las Mercas con un modelo de mercado mayorista más eficiente, más sostenible y más responsable con la sociedad de la que forma parte. ■

*y tú,
¿qué quieres en la mesa?*

Elige
**Denominación
de origen**

En la mesa todos queremos calidad.
Por eso, confiamos en los productos con raíces,
productos de nuestra tierra.
Elijiendo las mejores cosechas con la elaboración más cuidada.
Elijiendo lo auténtico.



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Tel.: 91 566 65 64
www.fnmt.es