



Carta del Presidente

MERCASA | Informe anual 2010

Carta del Presidente



Ignacio Cruz Roche.

En este *Informe anual* se presentan los resultados económico-financieros y de gestión de la empresa, junto a los resultados agregados y consolidados del grupo de sociedades en las que participa Mercasa, singularmente a través de las 23 Unidades Alimentarias de la Red de Mercas.

Los resultados de Mercasa en 2010 han sido de 6,4 millones de euros antes de impuestos (5,4 millones de euros en el ejercicio 2009), lo que supone un incremento del 17,6%, con una facturación por la totalidad de las líneas de negocio de 23,4 millones de euros (21,8 millones de euros en 2009).

El beneficio neto de explotación en 2010 asciende a 4,9 millones de euros (4,6 millones de euros en 2009), que representa un 21,07% sobre la cifra de negocios (21,12% en el ejercicio 2009), mientras que el resultado financiero

alcanzó el 6,05% (3,67% en 2009); siendo, en consecuencia, el margen financiero del 25,34% (24,80% en 2009). Estos indicadores determinan que las líneas de negocio de explotación de la compañía son las que generan fundamentalmente el resultado de la sociedad, siendo menos significativa la aportación financiera, la cual en 2010 se vio influida positivamente debido a la aplicación de provisiones de participaciones accionariales en sociedades participadas.

Con un poco más de perspectiva, estos resultados consolidan y refuerzan la fase de crecimiento que se inició en 2004, cuando se alcanzó un resultado de 1,4 millones de euros, hasta superar los 6 millones de euros en 2010. Un crecimiento que está sustentado principalmente en la actividad de asistencia técnica internacional. De igual modo, desde el punto de vista de la cifra de negocios de la compañía, se observa que ésta se ha duplicado en los últimos quince años, pasando de 11,6 millones de euros en 1996 a 23,4 millones de euros en 2010.

El impacto de la evolución del entorno, con una caída del consumo en 2010, ha afectado a las diferentes líneas de negocio, manteniéndose una estabilidad en los márgenes de contribución aportados por las Mercas. La línea de negocio de centros comerciales ha sufrido una leve caída respecto a 2009, explicada fundamentalmente por un descenso en los niveles de actividad.

La asistencia técnica nacional, dependiente de encargos del sector público y especialmente ayuntamientos, se ha contraído como consecuencia de las restricciones presupuestarias, sin embargo los márgenes brutos en esta línea se han incrementado respecto a 2009 como consecuencia de una importante contención de costes.

La caída en el nivel de actividad en la asistencia técnica nacional se ve más que compensada por un crecimiento significativo de la actividad de asistencia técnica internacional, en línea con lo acontecido en 2008 y 2009. Los

niveles de actividad en el área de internacional, medidos desde el punto de vista de la cifra de negocios, se han incrementado un 50% respecto a 2009. Este incremento tan significativo en los niveles de actividad se debe al inicio de las actuaciones realizadas en Panamá.

Los principales indicadores económico-financieros del balance correspondiente a 2010 muestran que Mercasa generó en el ejercicio un cash-flow proveniente de las actividades de explotación de 3,8 millones de euros y un cash-flow proveniente de las actividades de inversión de 2,2 millones de euros, lo que ha permitido retribuir a sus accionistas por una cuantía de 4,6 millones de euros, devolver deuda por una cuantía de 0,1 millones de euros y obtener un incremento de efectivo por 1,3 millones de euros. Además generó un EBITDA de 8,4 millones de euros [8,2 millones de euros en 2009].

La rentabilidad financiera fue en 2010 del 3,6% sobre el patrimonio neto (3,1% en 2009) y la rentabilidad económica del 2,6% sobre el activo total (2,5% en 2009).

Estos resultados refuerzan la continuada mejora de la gestión interna, donde se han seguido disminuyendo los costes de explotación e incrementado los ingresos de las actividades ordinarias. Además, Mercasa mantiene una fuerte solidez económica, con un bajo índice de endeudamiento.

La actividad comercial mayorista en las 23 Unidades Alimentarias de la Red de Mercas alcanzó en 2010 un valor total superior a 10.000 millones de euros, correspondientes a un volumen de comercialización de 6,1 millones de toneladas de alimentos perecederos: frutas, hortalizas, pescados, mariscos y carnes. Por familia de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2010 ascendieron a unos 5 millones de toneladas, una cifra similar a la de 2009, alcanzando un valor de casi 4.600 millones de euros, en torno a un 3,8% por encima del año anterior.

Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros ascendieron por encima de las 725.000 toneladas en 2010, un 4% más que en 2009, por el mayor impulso de las mismas en las instalaciones de ZAC. En su conjunto, el valor de las ventas superó los 4.350 millones de euros.

En el caso de las carnes, durante 2010, la comercialización en la Red de Mercas fue de 410.000 toneladas, con un valor de 1.145 millones de euros.

Estos datos de volumen y valor incluyen la actividad correspondiente a los Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, y de Pescados; a los Mataderos y Centros Cárnicos que funcionan en varias Mercas y a las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC) con que cuentan todas las Unidades Alimentarias.

A este respecto, cabe destacar que la actividad comercial en las Mercas presenta durante los últimos años una moderada tendencia a la baja en las ventas realizadas dentro de los mercados mayoristas, frente a una evolución creciente de la comercialización realizada por las empresas ubicadas en las ZAC.

Mercasa mantiene en los últimos ejercicios una orientación estratégica muy activa para reforzar la vertebración de la Red de Mercas, impulsando iniciativas de gestión conjunta o compartida que están generando ventajas objetivas en la calidad del servicio público que prestan las Mercas, sus indicadores de actividad y sus resultados económico-financieros.

Entre estas actuaciones estratégicas, en 2010 destacan la contratación conjunta de servicios –consumo de energía eléctrica, seguros, seguridad...–, la gestión compartida de los recursos publicitarios, el impulso a iniciativas como las instalaciones fotovoltaicas, la gestión de residuos, la promoción de un pool de envases reciclables o la extensión de estándares de certificación sobre calidad en procedimientos y gestión. En todos los casos se trata de acciones que contribuyen a una mejor gestión, más ingresos y ahorro de

costes de explotación, con un efecto directo en la calidad del servicio que prestan las Mercas y en sus resultados como empresas públicas.

Asimismo, para Mercasa, desde su compromiso de servicio público, es fundamental el desarrollo de actividades de responsabilidad social cada vez más respetuosas con el medio ambiente, mejorando la sostenibilidad y la eficiencia, desde el convencimiento de que una Merca sostenible es también una Merca más rentable.

En relación con la eficiencia energética, la mayoría de las Mercas están enfocando este tema hacia la realización de auditorías energéticas, implementación y mejora de los sistemas de recogida selectiva, selección y gestión de residuos orgánicos, acciones de producción de energía renovable, disminución de consumo de electricidad y agua, disminución del gasto energético y acciones de ahorro, campañas de formación, información y sensibilización e instalación de puntos verdes.

En 14 Mercas se utilizan ya las cubiertas de los Mercados Centrales para la instalación de placas fotovoltaicas. El aprovechamiento de las cubiertas lleva implícita la disminución de consumo de combustibles fósiles, la reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera, así como la obtención de ingresos por el arrendamiento y la compensación de las necesidades energéticas de cada Merca.

En la mayoría de las Unidades Alimentarias se realizan actuaciones destinadas a potenciar los hábitos saludables de consumo en la población infantil, en las que a lo largo de 2010 participaron más de 15.000 escolares.

También en el ámbito de la responsabilidad social, en la Red de Mercas se destinan más de 5.000 m² de instalaciones para la actividad de los Bancos de Alimentos, con más de 10.000 toneladas de alimentos distribuidas en 2010.

En cuanto a la Red de Centros Comerciales de Mercasa, que prestan un servicio público de comercio de proximidad, cabe resaltar que en 2010 la comercialización de locales mantuvo un nivel de ocupación muy alto, con un 96% de la superficie bruta alquilable ocupada. Un logro muy destacable en un año difícil para el sector.

Durante 2010 se realizó un esfuerzo inversor significativo en el proyecto de ampliación y remodelación del Centro Comercial Abierto Arrecife, que concluirá en 2011. Las actuaciones de ampliación e impulso comercial consisten en la peatonalización y transformación de las calles anexas, abriendo nuevos locales comerciales, así como creando nuevos equipamientos comerciales ajardinados, un parking subterráneo y un mercado minorista, hasta la fecha inexistente en la ciudad. La adquisición de los bajos comerciales perimetrales ha permitido, además de ampliar la superficie comercial, crear una imagen armonizada del área peatonal, el mercado y el centro actual, todo ello con el logotipo del Centro Comercial Abierto de Arrecife y con una de gestión única de Mercasa.

Los servicios de asistencia técnica que presta Mercasa a la cadena alimentaria, dentro y fuera de España, para impulsar estructuras y formatos comerciales avanzados tanto mayoristas como minoristas, sigue ganando protagonismo en la actividad y los resultados de la empresa. En el balance de 2010 cabe resaltar dos hechos especialmente relevantes:

- El convenio de Mercasa con el Ayuntamiento de Zaragoza para la construcción de Mercados Municipales Minoristas en los nuevos barrios de la ciudad, que ha permitido ya la puesta en marcha de un primer proyecto, centrado en el Mercado de Valdespartera, que se está construyendo en 2011, y el diseño de un segundo desarrollo, en el Mercado de Parque Venecia, en fase de estudio.
- El encargo del Gobierno de Panamá a Mercasa para

modernizar sus estructuras comerciales mayoristas y detallistas de distribución alimentaria. El trabajo de Mercasa se concreta en el estudio de dimensionamiento, la redacción del proyecto de ejecución y el asesoramiento y formación para la implantación de una plataforma de distribución mayorista y siete mercados minoristas ubicados en distintas localidades de Panamá; así como el seguimiento y apoyo a la gerencia posterior a la construcción de los mercados, imprescindible para su puesta en marcha.

En el terreno internacional, Mercasa, en colaboración con Mercapalma y con el Ayuntamiento de Palma de Mallorca, acogió en septiembre de 2010 la Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, en la que participaron más de 200 profesionales, gestores y responsables institucionales de mercados mayoristas de 30 países. Esta conferencia ha impulsado los grandes debates sobre el futuro de los mercados mayoristas, centrados en la necesidad de definir la respuesta ante el nuevo escenario económico internacional, asumir la gestión medioambiental como responsabilidad y oportunidad de negocio, y contemplar como un reto la contribución de los mercados mayoristas a unos hábitos alimentarios saludables.

El resumen de las actividades de Mercasa en 2010 vuelve a incluir también, como en ejercicios anteriores, el refuerzo de nuestra contribución a mejorar la transparencia, la competencia y la eficiencia en los mercados alimentarios, a través del seguimiento y la información puntual sobre la comercialización y la evolución de los precios.

Mercasa continúa participando en la elaboración de un conjunto de indicadores económicos, incluido un sistema de información sobre los precios en los distintos escalones y mercados intermedios de los canales de distribución, con la difusión de los precios de contratación diarios en los mercados mayoristas, a través de la página web de Mercasa.

Asimismo, con idéntico objetivo, Mercasa aporta la información sobre precios en el comercio mayorista de alimentos frescos, a partir de la cual se elabora el Índice de Tendencia de Márgenes Comerciales de los Productos de Alimentación en Fresco. Y por encargo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Mercasa sigue participando en el Observatorio de Precios del Comercio Minorista mediante la realización de estudios trimestrales de precios en productos de alimentación y gran consumo por ciudades, enseñanzas y formatos comerciales, publicando análisis comparativos de los niveles de precios de cestas tipo de la compra que permitan a los consumidores tener mejor información sobre los precios.

Por último, quiero hacer una mención especial al conjunto de trabajadores y trabajadoras de Mercasa. La gestión de recursos humanos de la empresa se ha caracterizado en los últimos años por un constante incremento de la plantilla, con un rejuvenecimiento importante, un aumento también significativo del número de mujeres y un crecimiento de la productividad. Todo ello, acompañado de un mayor esfuerzo en formación y de un objetivo permanente de mejora en los criterios de responsabilidad social, favorecer la igualdad y facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral.

El compromiso de toda la plantilla con el servicio público que presta la empresa es cada vez mayor, contribuyendo así de manera decisiva al cumplimiento de los objetivos estratégicos que tenemos encomendados y a la mejora de resultados en todos los órdenes, de actividad y económico-financieros.

Ignacio Cruz Roche
Presidente de Mercasa
Madrid, mayo de 2011