

CARTA DEL PRESIDENTE



Eduardo Ameijide y Montenegro
Presidente de Mercasa

Mercasa mantuvo durante 2013 un impulso permanente de innovación, mejora y eficiencia en la gestión, aplicado a todos los ámbitos de actividad en los que participa, siempre con el objetivo de contribuir al buen funcionamiento de la cadena alimentaria en todas sus fases.

Una responsabilidad inherente al servicio público que presta Mercasa y que exige un esfuerzo creciente para estar a la altura de los tiempos, tanto en los mercados nacionales como, sobre todo, en el terreno internacional, que demanda una atención preferente por la valoración positiva que tiene el trabajo realizado por Mercasa en España.

Para Mercasa sigue siendo un objetivo estratégico y prioritario consolidar y reforzar el servicio público que presta la Red de Mercas, así como el desarrollo de su función de socio tecnológico en el conjunto de Mercas. Entre estas actuaciones estratégicas, cabe destacar en 2013 las relativas a la eliminación del límite temporal de las Mer-

cas, las iniciativas de apoyo a la gestión y las orientadas a la optimización de costes; que se suman a las múltiples mejoras y ampliaciones de instalaciones y servicios realizadas en el conjunto de Mercas.

Eliminar el límite temporal legal de actuación de las Mercas, propio de su naturaleza inicial de Empresas Mixtas gestoras del servicio público de Mercados Mayoristas, es uno de los objetivos estratégicos de mayor relevancia tanto para Mercasa como para la adecuada continuidad de las propias Mercas. Con ello, se evita la incertidumbre inherente al límite temporal de las sociedades y sus efectos en los planes de inversión y de negocio de los operadores ubicados en sus instalaciones. Cabe destacar, en tal sentido, que 17 Mercas contaban ya con capital íntegramente de titularidad pública al finalizar 2013; y 11 Mercas han pasado ya a gestionar el servicio con la modalidad de gestión directa.

El carácter público tanto de Mercasa como de las Mercas explica, por sí mismo, la atención que

se viene prestando a todo tipo de políticas, medidas y actuaciones que rinden beneficios generales a la Sociedad en su conjunto. Preocupación permanente en este ámbito de actuación viene siendo la optimización de sistemas de recogida y gestión de residuos, la mejora continua de la eficiencia energética, y las acciones dirigidas a la mejora y difusión de una adecuada educación alimentaria y de un consumo saludable.

Sin olvidar el decidido apoyo que en las Unidades Alimentarias de la Red Mercas se está prestando a la encomiable labor que están llevando a cabo los Bancos de Alimentos en favor de la población más necesitada. Se les están cediendo espacios para el almacenamiento de productos y se les presta apoyo logístico y aportación de productos por parte de las empresas mayoristas ubicadas en las distintas Unidades Alimentarias.

Una realidad presente que no esconde la preocupación por el futuro de las Mercas, y por ello desde Mercasa hemos abierto un amplio debate de análisis y reflexión que nos permita reinventar el modelo de Merca que tenemos en España y asegurar así su viabilidad y éxito en el futuro.

Por lo que respecta a la actividad comercial que se desarrolla en la Red de Mercas, las ventas globales de frutas y hortalizas en durante 2013 ascendieron a unos 4,7 millones de toneladas, un 2,5% más que en año anterior, alcanzando un valor superior a los 4.600 millones de euros. Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros se acercaron a las 600.000 toneladas en 2013, un 2% menos que en 2012, con un valor cercano a unos 3.500 millones de euros. Y en el caso de las carnes, durante 2013 la comercialización en la Red de Mercas superó las 430.000 toneladas, con un valor de casi 1.400 millones de euros, y un incremento de las transacciones superior a un 6%.

En cuanto a la gestión de los Centros Comerciales de la Red Mercasa, se llevan a cabo continuas inversiones para mantener las instalaciones

acondicionadas y actualizadas, garantizando así una imagen comercial atractiva y atrayente, que responde a las necesidades tanto de los clientes como de los operadores comerciales. De igual modo, también se lleva a cabo una importante inversión en campañas de promoción y animación, con el doble objetivo de maximizar la notoriedad de los Centros y de atraer más visitantes. En este ámbito, cabe resaltar que la situación de crisis económica está exigiendo un esfuerzo añadido para mantener en términos razonables los índices de ocupación de locales en los Centros Comerciales.

Otro tema relevante en 2013 fue la incorporación de Mercasa al Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España, impulsado por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la línea destinada a Centros Comerciales Abiertos y Mercados Minoristas, con la finalidad de potenciar los mercados municipales a través de su recuperación y modernización. En ese marco, la Secretaría de Estado de Comercio encomendó a Mercasa en 2013 la elaboración de varios estudios de viabilidad de mercados.

Mercasa es una de las empresas más especializadas del mundo en la gestión de estructuras comerciales de alimentación o polígonos alimentarios. Por ello, la actividad exterior de Mercasa se centra en la consultoría, formación, ingeniería y asistencia técnica, así como en el diseño y construcción de nuevos mercados y plataformas alimentarias, en la modalidad de llave en mano.

En 2013, la actividad internacional de Mercasa ha continuado centrándose en proyectos ya iniciados en ejercicios anteriores (Angola, República Dominicana y Panamá), así como realizando labores de promoción en diferentes países (como por ejemplo, China, Costa de Marfil, Sudáfrica, Kuwait, Brasil, Perú, Guatemala y México) que desean conocer la experiencia de Mercasa como referencia para mejorar sus infraestructuras y sus servicios, sobre todo por

parte de los gobiernos nacionales y las administraciones municipales.

El Consorcio Mercasa Incatema complementa la actividad internacional que Mercasa realiza de forma directa, trabajando en cinco países de África y otros cinco de América Latina. Su objetivo es el diseño, construcción, instalación y explotación de mercados de abastecimiento mayoristas y minoristas, de plataformas logísticas de alimentación y el desarrollo de cualquier otra estructura de distribución comercial alimentaria, mediante la ejecución de proyectos llave en mano; como los ya realizados y otros en marcha en Angola y República Dominicana; junto a nuevos contactos en otros países de su ámbito de actuación, como Mozambique, Kenia, Senegal, Ghana, Ecuador, Haití y El Salvador.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, como medio propio de la Administración, cabe destacar que a lo largo de 2013 Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa, orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y promocionar hábitos saludables de consumo, de manera especial entre la población escolar.

Todo ello conforma el amplio abanico de actividades, múltiples y diversas, que realiza Mercasa, con la solidez de una experiencia muy consolidada pero, sobre todo, con una gran proyección hacia el futuro, que se apoya antes que nada en la capacidad de iniciativa y compromiso de todo el personal de la Mercasa, sin cuya profesionalidad e implicación en el trabajo no sería posible mantener los resultados positivos de la compañía. ◀