

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 2009 han sido de 5,4 millones de euros antes de impuestos, con una facturación por la totalidad de las líneas de negocio de 21,8 millones de euros.

El beneficio neto de explotación asciende a 5,1 millones de euros, que representa un 23,20% sobre la cifra de negocios, mientras que el resultado financiero alcanzó el 1,60%, siendo, en consecuencia, el margen financiero del 24,80%. 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 el año 2009 se ha visto influida por la evolución bajista de los tipos de interés.

El impacto de la evolución del entorno, con una caída del consumo en 2009, ha afectado a las diferentes líneas de negocio, manteniéndose una estabilidad en los márgenes de contribución aportados por las unidades alimentarias y los centros comerciales. La asistencia técnica nacional, dependiente de encargos del sector público y especialmente ayuntamientos, se ha contraído como consecuencia de las restricciones presupuestarias. Evolución que se ve más que compensada por un crecimiento significativo de la actividad de asistencia técnica internacional, en línea con lo acontecido en 2008.

Los principales indicadores económico-financieros del balance correspondiente a 2009 muestran que Mercasa generó en el ejercicio un cash-flow proveniente de las actividades de explotación de 12,4 millones de euros, lo que ha permitido financiar actividades de inversión por un neto de 5,3 millones de euros, retribuir a sus accionistas por una cuantía de 6,4 millones de euros y obtener un incremento de efectivo por más de 0,7 millones de euros. Además generó un EBITDA de 8,2 millones de euros.

La rentabilidad financiera es del 3,1% sobre el patrimonio neto y la rentabilidad económica del 2,7% sobre el activo total.

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 2009 un valor total próximo a 10.000 millones de euros, correspondientes a un volumen de comercialización de 6,12 millones de toneladas de alimentos perecederos: frutas,

hortalizas, pescados, mariscos y carnes. Unas cifras que, en términos generales, reflejan un ligero incremento en el volumen (en torno al 1%) y un moderado descenso en el valor (-3%), como consecuencia de unos menores precios medios (-3,3% en frutas y hortalizas, -5,6% en pescados y mariscos, y -0,7% en carnes).

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.

El tratamiento estadístico de los datos relativos a actividad comercial en las Mercas forma parte del servicio público que presta Mercasa al conjunto de la cadena alimentaria y es, en tal sentido, una herramienta cada vez más relevante en materia de información y transparencia en los mercados.

Por ello, Mercasa y las Mercas mejoran progresivamente la recogida y el proceso de los datos sobre actividad comercial; sobre todo a medida que la distribución realizada directamente por las empresas ubicadas en las ZAC cobra más relevancia.

El ejercicio 2009 ha sido el primero de aplicación del nuevo Plan Estratégico de Mercasa 2009-2012, cuyos objetivos y actuaciones están orientados a incrementar la eficiencia de la Red de Mercas mediante la reducción de los costes de distribución; mejorar la eficacia en términos de seguridad alimentaria, trazabilidad e información; garantizar la competencia y competitividad en los mercados mayoristas y minoristas; reforzar la oferta de asistencia técnica de Mercasa en mercados mayoristas y minoristas, dentro y fuera de España; y favorecer prácticas sostenibles en todos estos ámbitos de actividad.

Unos criterios básicos en los que se enmarcan muchas de las actuaciones que se recogen en este *Informe anual*, de manera especial aquellas que está impul-

sando Mercasa para su aplicación y desarrollo en las 23 Mercas, aprovechando las economías derivadas de operar en forma de red.

Así ocurre, por ejemplo, con el estudio realizado a lo largo de 2009 por Mercasa, con la colaboración de Aecoc, para valorar la implantación de un pool de cajas reutilizables de transporte para el sector de frutas y hortalizas en la Red de Mercas, a partir del resultado positivo de una primera experiencia en Mercabilbao.

La implantación de un pool repercutirá en la reducción de los costes logísticos y operativos, de la cantidad de residuos generados y del impacto medioambiental derivado del tratamiento de residuos de envase. En 2010 se está realizando la difusión de los contenidos del estudio y los beneficios de la implantación del pool para y cada una de las Mercas atendiendo a sus circunstancias particulares.

Mercasa está impulsando también el aprovechamiento de las cubiertas de las naves de los mercados centrales de las Mercas para la instalación de placas fotovoltaicas, con ejemplos ya en marcha como los de Mercacórdoba, Mercatenerife, Mercamurcia, Mercabarna o Mercavalencia.

También el ámbito energético, Mercasa está coordinando una negociación conjunta para conseguir ventajas y ahorros sustanciales de una contratación marco compartida por las Mercas para el suministro de energía eléctrica, aprovechando las oportunidades que ofrece el nuevo marco liberalizador.

Otro proyecto de gestión pilotado por Mercasa es el relativo a la explotación conjunta de los espacios publicitarios de las Mercas, que se puso en marcha en 2009 y que ya está obteniendo unos resultados positivos para toda la Red.

Las Mercas mantienen un protagonismo evidente en el escalón mayorista de alimentos frescos. Para conocer su posicionamiento actual en la cadena alimentaria,

Mercasa realizó en 2009 un amplio estudio con el objeto de analizar no sólo su realidad presente sino, sobre todo, determinar nuevos retos de cara al futuro, tanto para mejorar la posición competitiva de las estructuras de las Mercas y los servicios de valor añadido que ofrecen a los clientes como para reforzar los criterios de una gestión más eficiente en términos sociales, económicos y medioambientales.

Este estudio ha permitido también fijar las áreas de influencia de las Mercas y las cuotas de mercado –entendidas como la parte del consumo total que ha sido comercializada a través de las empresas mayoristas implantadas en las Unidades Alimentarias– que suponen el 50% del total de frutas y hortalizas que se consumen en España (porcentaje que se eleva al 62% sobre el consumo en hogares), el 56% de los pescados y mariscos (71% para el consumo en hogares) y el 21,5% respecto al consumo total de carnes (26% para el consumo doméstico).

En 2009, Mercasa y la Red de Mercas continuaron avanzando en el proceso para hacer frente a las limitaciones orgánicas, temporales y funcionales del modelo tradicional de Merca, modificando el régimen de gestión de los servicios públicos de mercados mayoristas, para pasar a ser sociedades mercantiles de duración indefinida.

Este proceso –que ya han concluido algunas Mercas, como Mercabarna o Mercacórdoba– se está realizando al amparo de la Ley 30/2007, de Contratos del Sector Público, que permite a los ayuntamientos gestionar directamente el servicio de mercados centrales mayoristas a través de las Mercas, siempre que su capital sea de titularidad exclusivamente pública, sin necesidad de ningún otro requisito ulterior.

Desde Mercasa, como paso previo imprescindible, se está potenciando este proceso promoviendo la recuperación, por parte de las diferentes sociedades, del capital residual en poder de accionistas privados. Un primer paso que ya han dado once Mercas.

Con todo ello se resolverá la limitación temporal que afecta no sólo a las Mercas como sociedades, sino también a la actividad económica a desarrollar por las empresas incorporadas en estas Unidades Alimentarias, evitando la incertidumbre que, a medida que se

aproxima el plazo límite establecido inicialmente en 50 años, impide el normal planteamiento estratégico empresarial y la adecuada programación de inversiones futuras.

En cuanto a la Red de centros comerciales de Mercasa, que prestan un servicio público de comercio de proximidad, cabe resaltar que en un año como 2009, difícil para el sector, se ha mantenido un nivel de ocupación muy alto, con una media del 97%, e incluso en muchos casos del 100%.

Mercasa está invirtiendo en la renovación de la imagen y las infraestructuras de los Centros Comerciales, bien por su antigüedad, por su estructura original, o por aprovechar oportunidades de negocio. Durante 2009 se realizó un esfuerzo inversor significativo en el proyecto de ampliación y remodelación del Centro Comercial Arrecife, en Lanzarote, para la creación de un auténtico centro comercial abierto en el centro de la ciudad que integre el mercado tradicional, una mediana superficie de alimentación, tiendas especializadas en el centro y en las calles adyacentes, y una amplia oferta de restauración.

Una de las áreas de actividad con mayor proyección de futuro en Mercasa es la asistencia técnica, a través de estudios y proyectos, que se extiende por todos los eslabones de actividad de la cadena alimentaria: comercio mayorista, comercio detallista, actividades complementarias, etc.; tanto en España como en el ámbito internacional.

Los proyectos de remodelación de mercados municipales minoristas son un buen reflejo de esta actividad, que se mantuvieron en 2009 a buen ritmo a pesar de las dificultades financieras de los ayuntamientos, que habitualmente son los responsables de encargar a Mercasa este tipo de trabajos. Junto a la actividad de remodelación de mercados existentes, se están impulsando nuevos mercados en los nuevos desarrollos urbanos.

Y en el terreno internacional, además de los proyectos en marcha y elaboración en diferentes países, sobre todo de América Latina, cabe destacar los avances conseguidos en el proyecto del CLOD-Luanda, en Angola, con la construcción en 2009 de las primeras cuatro naves para la ubicación de mayoristas de productos

agroalimentarios y otros productos complementarios y los proyectos técnicos para el gran complejo alimentario mayorista que será el CLOD-Luanda.

También en el terreno internacional, Mercasa recibió en 2009 el encargo de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas de organizar su Conferencia de 2010 en Palma de Mallorca, organizada de manera conjunta entre Mercasa y Mercapalma.

Entre los hechos relevantes de 2009, destacar también la celebración del 6º Encuentro de Mercados Municipales Minoristas, que Mercasa organizó en Madrid, en noviembre, con la participación de más de 600 profesionales, entre técnicos, responsables políticos de distintas Administraciones, comerciantes y personas vinculadas con los mercados de toda España, lo que supone un 20% de incremento respecto al encuentro anterior, celebrado en 2007.

El resumen de las actividades de Mercasa en 2009 incluye también 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.

Por encargo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Mercasa participa 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.

El balance de las actividades más relevantes correspondientes a 2009 demuestra, una vez más, que Mercasa contribuye a la modernización permanente del sistema de distribución de los alimentos frescos y que, junto a las instituciones y poderes públicos en los distintos ámbitos territoriales, las empresas mayoristas y el conjunto de los actores que participan en los mercados mayoristas de alimentos perecederos, hemos hecho posible unas estructuras comerciales públicas en forma de red y el desarrollo de un modelo de Unidades Alimentarias que son referencia en el mundo y sitúan a España en una posición de vanguardia para hacer frente con éxito a los nuevos retos y desafíos del futuro.

Los mismos valores y principios de integridad y rectitud que han animado la actuación de Mercasa durante los últimos años inspiran hoy nuestra decisión de iniciar una nueva etapa en la vida de la empresa con la declaración "La responsabilidad social de Mercasa y el compromiso con el desarrollo sostenible", que hacemos pública por primera vez coincidiendo con la edición de este *Informe anual*.

Mercasa intenta con ello responder a la demanda social de que las empresas públicas sean un ejemplo de actuación en el desarrollo de las políticas responsables y en el apoyo activo a los principios, valores y objetivos del desarrollo sostenible, tal y como se recoge en el proyecto de ley de Economía Sostenible, que propone un patrón de crecimiento para España que concilie el desarrollo económico, social y ambiental.

Un compromiso de Mercasa con el presente y con el futuro, coincidente con el objetivo colectivo de alcanzar mayores niveles de prosperidad económica, de progreso social, de igualdad entre hombres y mujeres en todos los órdenes, de favorecer en el ámbito laboral la conciliación con la vida personal y familiar, y de utilizar de manera responsable los recursos naturales minimizando el impacto medioambiental de nuestras actividades y decisiones como empresa pública.

Ignacio Cruz Roche
Presidente de Mercasa
Madrid, mayo de 2010