



INFORME ANUAL 2014



Edita: Mercasa
Fotografías: Joaquín Terán
Producción Editorial: Editorial MIC

Esta publicación está impresa en papel con celulosa blanqueada totalmente sin cloro, a partir de materias obtenidas con criterios ecológicos y sostenibles



> Índice

Carta del Presidente	9
Red de Mercas	11
Acciones estratégicas de Mercasa para impulsar la Merca del futuro	13
Actuaciones en materia de medio ambiente, sostenibilidad y responsabilidad social	22
Bancos de Alimentos en la Red de Mercas	30
Estructuras de la Red de Mercas	31
Comercialización mayorista en la Red de Mercas.....	36
 Red de Centros Comerciales de Mercasa	 61
 Mercados Minoristas	 71
 Actividad internacional.....	 75
Actividades en la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM)	79
Formación en proyectos internacionales.....	80
Proyectos técnicos.....	81
Actividad internacional del Consorcio Mercasa Incatema en la eficiencia y mejora de la cadena alimentaria	82
 Información y promoción	 85
Información y promoción en la cadena alimentaria.....	87
Procedimiento de determinación de precios de frutas y hortalizas procedentes de Terceros Países	90
Promoción de los Mercados Municipales durante Navidad.....	91
 Gestión sostenible	 93
Una gestión sostenible comprometida con la calidad	95
Sistema de Gestión de Calidad	97
Contratación responsable.....	98
 Cuentas anuales individuales	 99
 Cuentas anuales consolidadas.....	 107
 Consejo de administración. Capital social. Organigrama... 	 117
Consejo de Administración de Mercasa.....	119
Capital social de Mercasa.....	121
Organigrama de Mercasa	122
 Directorio	 126

CARTA DEL PRESIDENTE



Eduardo Ameijide y Montenegro
Presidente de Mercasa

El sector agroalimentario español es uno de los principales motores de la economía española que, además, en los últimos y difíciles años de crisis ha demostrado su capacidad de seguir creciendo, sobre todo en exportación. La industria alimentaria es el primer sector de la actividad industrial y la capacidad de producción agraria y pesquera supone el mejor aporte de materia prima, para vender en fresco o transformar, con niveles cada vez mayores de innovación y excelencia en la calidad y la variedad de los productos. Estas son las principales potencialidades de un sector que tiene un brillante futuro por delante, reforzando su internacionalización, conquistando nuevos mercados y adecuando la oferta a las tendencias cambiantes de la demanda.

En este contexto general, Mercasa es una pieza fundamental para el funcionamiento de la cadena alimentaria en España, con una larga trayectoria, a punto de cumplir 50 años, de contribución a mejorar las estructuras de los canales de distribución alimentaria, fomentando la transparencia, competencia y eficiencia de los mercados. Por ello, Mercasa es referencia nacional e internacional en la gestión

de infraestructuras técnicas y de equipamientos comerciales, tanto para mayoristas y minoristas como para la industria de transformación que se genera alrededor de estas actividades.

Nuestra misión fue, en el origen, facilitar la modernización de los grandes mercados centrales mayoristas de alimentos frescos. La visión de los responsables de este proyecto en su momento y la gestión posterior nos permite disponer hoy de un conjunto de 23 Mercas, cuyo capital y gestión compartimos con Ayuntamientos y entidades locales, en las que están instaladas más de 3.200 empresas mayoristas y de servicios complementarios, que comercializan cada año más de 6 millones de toneladas de alimentos frescos, con un valor próximo a 10.000 millones de euros. O lo que es igual, en términos de cuota de mercado, en las Mercas se vende en fase mayorista en torno al 55% de las frutas y verduras, el 45% de pescados y mariscos, y un 25% de las carnes frescas que se consumen en España.

Pero la realidad actual, en todo caso, no nos permite vivir en la autocomplacencia y la satisfacción

de haber hecho las cosas, hasta ahora, razonablemente bien.

Las Mercas no pueden ni deben quedarse atrás. Los cambios sociales, económicos y empresariales nos exigen nuevas respuestas, adaptar y evolucionar el modelo, redefinir el concepto de Merca, ayudar a los operadores mayoristas a reconvertirse.

Ya no es suficiente con tener los mejores mercados, con instalaciones adecuadas para mayoristas que venden y minoristas que acuden a comprar. Las Mercas siguen manteniendo sus ventajas objetivas de agrupación de oferta y servicios, incluso de imagen de marca colectiva. Por ello resulta más eficiente y atractivo este modelo que la instalación aislada de operadores mayoristas en polígonos empresariales generalistas. Pero cada vez son más necesarios en las Mercas empresas y servicios logísticos adaptados a los requerimientos de cada formato comercial, de cada tipo de cliente. Ya no basta con tener los mejores productos en perfectas condiciones de calidad, seguridad alimentaria y transparencia en precios.

Por ello, en Mercasa y las Mercas hemos asumido con decisión la necesidad de preparar el futuro. Este es un objetivo central del nuevo plan estratégico de Mercasa para los próximos años. Para ello, estamos diseñando un nuevo modelo de Merca, que incorpore servicios de valor añadido para usuarios y clientes y, mediante una política activa de inversiones productivas, adecúe las instalaciones a las necesidades de nuevos operadores comerciales y logísticos. El objetivo es conseguir que se conviertan en auténticas plataformas de distribución y comercialización alimentaria, aportando así mayor valor añadido a todas las actividades que se desarrollan en los recintos de las Mercas.

Es imprescindible desarrollar políticas comerciales tendentes a atraer a las Mercas operadores de peso específico en la distribución alimentaria. Esto implica un cambio de modelo de negocio, al pasar de un modelo “a la demanda” a otro de “oferta”. Además de asumir y reforzar nuevos servicios de

logística de última generación, y desarrollos tecnológicos, venta cruzada, servicios comunes o desarrollo de áreas de especialización, entre otros factores.

Sin olvidar que el desarrollo tecnológico de las Mercas debe propiciar acciones modernas de compra, no presenciales, virtuales, etcétera. Apoyadas, en este caso, con servicios de logística adecuados para ello. Así conseguiremos atraer a nuevos clientes que ahora no se abastecen en las Mercas.

En definitiva, estamos sentando las bases de un futuro de excelencia en la gestión y los resultados de Mercasa, las Mercas y el amplio colectivo empresarial mayorista.

Esta orientación estratégica, además, refuerza la proyección internacional de Mercasa, porque nuestro modelo es muy valorado en países de todas las áreas del mundo cuando abordan la necesidad de modernizar y vertebrar sus estructuras comerciales. Y se nos valora, sobre todo, porque nuestros proyectos no imponen modelos, no creemos en los modelos clonados. Nos adaptamos a cada necesidad y a la idiosincrasia de cada país, ya sea mediante grandes estructuras o desarrollos de menor dimensión, con una visión práctica y realista, de trabajo en común.

Trabajamos para mejorar las diferentes fases de la cadena comercial: desde la llegada de los productos a los centros de acopio y clasificación en origen, la comercialización en los mercados mayoristas, la distribución final en el comercio minorista y la compra por parte de los consumidores. Todo ello con una red de frío garantizada y sin rupturas desde los centros de acopio en origen al consumidor, reduciendo mermas y pérdidas económicas.

Unos objetivos estratégicos y un saber hacer que sólo son posibles gracias al compromiso de todo el personal de Mercasa, cuya formación, profesionalidad e implicación en el trabajo es fundamental para mantener la excelencia en el presente y proyectar a Mercasa hacia el futuro. ◀



> RED DE MERCAS

ACCIONES ESTRATÉGICAS DE MERCASA PARA IMPULSAR LA **MERCA DEL FUTURO**

> Mercasa está impulsando un gran debate con los responsables y equipos gestores de las Mercas, junto a los colectivos empresariales y de usuarios que operan en sus instalaciones, para diseñar la Merca del futuro. Una iniciativa estratégica y transversal que se concretará en nuevas orientaciones de gestión, adecuación de las estructuras comerciales y logísticas, y adaptación de los servicios que se ofrecen en las Mercas a las necesidades actuales y futuras de la cadena comercial. Todo ello con un claro objetivo: que las Mercas sean cada día más atractivas para los operadores comerciales mayoristas y minoristas; y más eficientes para el conjunto de los consumidores.

Las actuaciones más destacadas llevadas a cabo en la Red de Mercas durante 2014, se recogen a continuación, agrupadas en cinco líneas básicas.

SUPERACIÓN DEL LÍMITE TEMPORAL DE LAS 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 y, por tanto, bajo la modalidad de gestión indirecta, constituye, sin duda, uno de los objetivos estratégicos de mayor relevancia tanto para Mercasa como para la adecuada continuidad de las propias Unidades Alimentarias, evitando con ello la incertidumbre jurídica inherente a dicho plazo que, sin duda, vendría a alterar los planes de inversión y de negocio de los operadores incorporados a aquellas.

El Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público establece que en los casos en que

la gestión de un servicio público se encomiende a una sociedad de derecho privado cuyo capital social sea en su totalidad de titularidad pública podrán ser gestionados bajo la forma de gestión directa y, como tal, eximidos de la restricción de un límite temporal máximo, pudiendo pasar en consecuencia a disponer de duración indefinida.

Mercalaspalmas –que desde 2013 era ya sociedad de capital íntegramente público– a través del correspondiente expediente administrativo municipal, que recibió la aprobación definitiva del Pleno en 2014, pasó a gestionar el servicio público de Mercados Mayoristas con la modalidad de gestión directa. La junta de Accionistas de la Sociedad procedió a adaptar sus Estatutos sociales a la nueva situación, dotándose de duración indefinida.



Al finalizar el ejercicio 2014, 17 Mercas cuentan ya con capital íntegramente de titularidad pública: Mercalgeciras, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca y Mercazaragoza.

Asimismo, 9 Mercas disponen ya de duración indefinida: Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagranada, Mercalaspalmas, Mercasalamanca y Mercatenerife.

MEJORA CONTINUA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

La propia constitución tanto de Mercasa como de las Mercas como Sociedades Anónimas arranca ya de una motivación esencial para su funcionamiento: la aplicación de una rigurosa gestión empresarial, incluyendo en ella la de los propios usuarios de las Unidades Alimentarias, tanto mayoristas como minoristas, todo ello con la finalidad de contribuir a la mayor eficiencia de la distribución comercial alimentaria.

Durante 2014 se ha continuado impulsando la excelencia en la gestión de las Mercas, avanzando en la formación de los equipos y en la consolidación

del modelo de gestión EFQM, adaptando a la metodología del modelo sus planes estratégicos bajo la regla básica de la mejora continua de la gestión, sirviendo así como modelo de referencia de una cultura de excelencia ante el propio personal y ante las empresas que desarrollan su actividad en las Unidades Alimentarias.

Cinco de ellas: Mercapalma, Mercasturias, Mercagranada, Mercabilbao y Mercalicante, han constituido un grupo de trabajo y establecido una relación de indicadores sobre magnitudes relativas a los distintos grupos de interés -Personal, Clientes, Accionistas y Sociedad- que son objeto de evaluación periódica e intercambio de información entre ellas, con una eficaz utilización del Benchmarking para la mejora de la efectividad del sistema y evaluación de la satisfacción de los indicados grupos de interés, a través de la realización periódica de encuestas de satisfacción. De las Mercas citadas, las dos primeras han superado ya la fase de evaluación externa, con puntuaciones de 500+, y las otras tres la de autoevaluación, también con puntuaciones satisfactorias. Este grupo de trabajo se irá ampliando a medida que otras Mercas vayan avanzando en el desarrollo del modelo.

Asimismo, Mercamálaga, en su proceso de incorporación del modelo, se encuentra en la fase de autoevaluación.

También Mercatenerife ha iniciado los trabajos para la incorporación del modelo de gestión EFQM, habiéndose dotado de formación externa y software específico, y elaborado ya un borrador de Plan Estratégico basado en esta metodología.

Mercalicante mantiene una relación permanente de colaboración con el Foro de Excelencia Empresarial.

La Asociación Cluster Alimentario de Barcelona, entidad liderada por Mercabarna, a lo largo de 2014 ha continuado organizando diferentes acciones con el objetivo de apoyar a las empresas asociadas en el desarrollo de nuevas líneas de negocio y de iniciativas centradas en la innovación y el cambio estratégico.

En el seno de dos de las comisiones creadas por dicho cluster –la de foodservice y la de traders– se han celebrado varias jornadas técnicas sobre tendencias en el sector de la restauración, la normativa relacionada con alérgenos y problemática del colectivo celíaco. También se han girado visitas a cocinas centrales de empresas de catering, así como a cadenas de distribución. En lo que respecta a la comisión de exportación, se ha seguido trabajando a través de Mercabarna Export, en el impulso a iniciativas para fomentar oportunidades de negocio de las empresas de la Unidad Alimentaria en nuevos mercados internacionales.

En 2014, el Consorcio formado por Mercabarna, Mercasa y Deloitte Uruguay ha finalizado el proyecto de asesoramiento a Montevideo (Uruguay) para la construcción de una Unidad Alimentaria en esta ciudad.

En 2014, los servicios de Formación de Mercabarna han organizado un total de 110 cursos de formación continuada y ocupacional, en los que han participado 1.236 personas.

Mercabilbao ha renovado la Certificación de Calidad ISO 9001.

Mercacórdoba ha renovado su página web, cambiando la estructura, imagen y contenido de la misma, haciéndola más accesible y atractiva, y permitiendo el desarrollo de la comunicación a través de redes sociales

En Mercagranada se ha desarrollado como software propio: “Mercaeal”, para evaluación del desempeño, y “Mercagest” para la gestión de incidencias y partes de trabajo.. En aplicación de su plan de formación se han impartido en 2014 un total de 78 horas lectivas por empleado en cursos formativos.

En el Aula de Formación de Mercalaspalmas, y en colaboración con la Asociación de Empresarios de la Merca, se han impartido un total de 38 cursos orientados a la mejora de la gestión empresarial y cualificación del personal de los operadores del mercado, con un total de 1,603 horas y una participación de 382 alumnos.

Mercalaspalmas ha recibido la renovación de la Certificación de Calidad ISO 9001, previa auditoría realizada por la entidad certificadora Bureau Veritas.

Dentro del Plan de Formación de Mercamálaga se impartió un total de 49 acciones formativas en ma-

> Durante 2014 se ha continuado impulsando la excelencia en la gestión de las Mercas, **avanzando en la formación de los equipos** y en la consolidación del modelo de gestión EFQM, adaptando a la metodología del modelo sus planes estratégicos bajo **la regla básica de la mejora continua de la gestión**

terias tales como seguridad y salud en el trabajo, planes de emergencia, informática, dietética y nutrición, entre otros. Asimismo, Mercamálaga colaboró con la acción formativa desplegada por una empresa instalada en la Unidad Alimentaria que impartió cursos en la modalidad presencial y on line a un total de 149 alumnos pertenecientes a empresas que desarrollan su actividad en la Merca.

En Mercamurcia, con objeto de agilizar la toma de decisiones, se ha desarrollado un Cuadro de Mando automatizado con el que se pretende identificar los indicadores necesarios para el control periódico de cada una de las secciones de la Unidad Alimentaria. Asimismo se ha procedido a la reestructuración de la plantilla y a la evaluación de cada puesto de trabajo.

Mercamurcia ha renovado la Certificación de Calidad 9001. En materia de Formación, para el personal propio se han impartido cursos sobre informática y sobre bienestar animal para la sección cárnica, con participación de 29 empleados. Para personal de otras empresas se ha desarrollado un curso para manipulador de alimentos, con participación de 8 personas.

En el complejo cárnico de Mercamurcia se ha mantenido la homologación de marcas específicas de carne fresca. El matadero ha sido homologado para proceder al sacrificio de ganado por el rito Halal.

En Mercapalma ha elaborado un Plan Interno Estructural para los próximos cinco años, en el que se analiza el nivel y el coste óptimo de la plantilla.

Mercapalma se ha incorporado como miembro al Foro Institucional de Calidad en el Sector Público de las Islas Baleares.

Mercatenerife ha renovado el Certificado de Calidad basado en la Norma ISO 9001.

En Mercavalencia se han seguido manteniendo contactos con Universidades y Centros de Formación, destacando las prácticas realizadas por los alumnos de Veterinaria del CEU, con la colaboración de la Consejería de Sanidad. Asimismo se ha suscrito un Convenio

con la Universidad de Valencia para facilitar la puesta en marcha del Grado en Ciencias Gastronómicas.

En el Centro de Formación de Mercazaragoza se ha seguido impartiendo cursos destinados a la formación de profesionales minoristas de los sectores de Carne, Pescado y Frutas/Hortalizas, como apoyo a la profesionalización de este segmento de actividad.

OPTIMIZACION DE COSTES Y MEJORA DE LA EFICIENCIA

La amplitud de terrenos con que se dotaron las Unidades Alimentarias de la Red Mercasa con la finalidad de incorporar en un mismo recinto una oferta completa de productos alimenticios, así como la implantación de actividades y servicios de mayor valor añadido respecto de las tradicionales funciones de la distribución mayorista, posibilitan una intensa creación de sinergias y economías de escala que sirven bien a este objetivo clave del modelo como es la mejora en los costes y en la eficiencia de la distribución comercial alimentaria.

Ha continuado consolidándose el procedimiento de centralización a través de Mercasa de la contratación pública de espacios y soportes publicitarios para el conjunto de la Red de Mercas, con la consiguiente obtención de economías de escala.

En Mercalgeciras se ha suscrito un nuevo contrato de Conserjería, que, unido a una reestructuración de horarios, ha supuesto un apreciable ahorro de costes. Asimismo, se ha disminuido la potencia eléctrica contratada, lo que ha supuesto una reducción en la factura de luz.

La central de retorno de envases de Mercalicante, en colaboración con la Asociación de Mayoristas de Frutas/Hortalizas, ha cerrado el primer año de actividad con un registro de 533.361 movimientos. Una parte importante de estos corresponde al nuevo envase "Salud Mediterránea". Con este envase común se consiguen ventajas en gestión de los mismos y en costes.



Mercalicante ha iniciado el desarrollo de una Internet para mejorar los servicios ofrecidos a sus clientes. El primer paso de esta aplicación ha sido la recogida informatizada de las estadísticas de comercialización de frutas/hortalizas.

Mercasturias ha ampliado la cobertura de las instalaciones de videovigilancia con más cámaras que cubren los viales de la ZAC, las zonas de mayor densidad de aparcamiento y el aljibe de agua, con la consiguiente mayor seguridad en la prestación del servicio.

En Mercasturias se ha dotado al Centro Directivo de red WIFI y se ha habilitado una Sala de Usos Múltiples, con capacidad para 60 personas, dotada de proyección audiovisual y conexión WIFI, todo ello como servicio ofrecido a sus clientes para reuniones, cursos de formación o presentaciones, además de su utilización para actividades de formación de la propia Sociedad.

La Comisión de Telecomunicaciones de Mercabarna ha trabajado para abaratar aún más el coste de las llamadas Internacionales y para poner en marcha un servicio de WIFI de pago dirigido especialmente a los transportistas y compradores extranjeros con negocios en la Merca.

En Mercagalicia se ha instalado un sistema de videovigilancia en todo el recinto de la Unidad Alimentaria.

Mercagranada se ha incorporado al Convenio de Mercabarna-Orange para la mejora de las teleco-

municaciones de los operadores. Se ha desarrollado ya la fase de telefonía móvil.

En Mercairuña se ha finalizado la instalación de fibra óptica en los Mercados de Frutas/Hortalizas, y Pescados para posibilitar la conexión telemática de sus operadores. Asimismo, se ha procedido a la sustitución de cámaras de videovigilancia fijas por otras domóticas en la zona de aparcamiento del Mercado de Pescados.

Mercalaspalmas ha procedido a la remodelación de las cámaras frigoríficas de reserva diaria del Mercado de Frutas/Hortalizas, destinadas, fundamentalmente, al producto local.

Asimismo, en Mercalaspalmas se ha informatizado el sistema de megafonía en el Mercado de Frutas/Hortalizas y Polivalencia, lo que permite la programación de cuñas orientadas a la seguridad, prevención de riesgos, normas de mercado, convocatoria de cursos de formación, etc.

Con la celebración de nuevos contratos de servicios, como los de controladores, seguros o telefonía, Mercamurcia ha conseguido una reducción de costes y una mejora en la calidad de los servicios prestados.

Mercamurcia, para las necesidades del complejo cárnico, acometerá la sustitución del combustible que viene utilizando por el gas, con un coste más reducido.

> La amplia disponibilidad de terrenos prevista en **el modelo de Unidad Alimentaria** ha posibilitado la **incorporación de servicios de mayor valor añadido**, que han venido a complementar las funciones tradicionales mayoristas

Mercapalma, con la finalidad de ofrecer a los usuarios mejores servicios en calidad y coste, ha realizado durante 2014 las siguientes acciones:

- Finalización de las obras para la sustitución de una red de gas a disposición de los usuarios.
- Implantación de un nuevo sistema de control de accesos basado en lector de matrículas e integrado con el resto del sistema de gestión.
- Mejora de las instalaciones de seguridad mediante la instalación de cámaras de circuito cerrado de televisión con tecnología IP, así como el desplazamiento y refuerzo del vallado y acceso de emergencia en la calle Q.
- Tras la inversión realizada en 2013 de fibra óptica se han ampliado los servicios ofreciéndose el control de las cámaras frigoríficas a través de sistemas IP vía fibra óptica.

Mercatenerife ha conseguido reducciones de costes a través de la renegociación con las empresas proveedoras de servicios exteriores.

En Mercavalencia se ha mejorado la seguridad, con la instalación de cámaras de vigilancia, conectadas a un centro de control. Asimismo en sistemas de información se han renovado los servidores y se está desarrollando un nuevo sistema de trazabilidad de la especie equina.

REMODELACIÓN Y AMPLIACIÓN DE INSTALACIONES Y SERVICIOS

La amplia disponibilidad de terrenos prevista en el modelo de Unidad Alimentaria ha posibilitado la incorporación de servicios de mayor valor añadido, que han venido a complementar las funciones tradicionales mayoristas. Sin embargo, esta incorporación de nuevos servicios requiere una constante aplicación de recursos para poder ofrecer las infraestructuras y las edificaciones adecuadas para su normal desarrollo, además, claro está, de los necesarios para atender de manera continuada a la adecuada conservación de las instalaciones existentes, algunas ya con una cierta antigüedad, así como para atender a la mejora de su funcionalidad. Otros aspectos, como la agilidad y seguridad en los accesos, o la adecuada movilidad interior, en un recinto con una muy importante concentración de personas y vehículos, resultan absolutamente imprescindibles para la normal operativa de estas actividades.

Mercalgeciras ha procedido a la mejora de la señalización y la iluminación del Mercado, y a la reparación de las canalizaciones de agua mejorando la presión.

Mercalicante en desarrollo de su presupuesto de inversiones ha llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Acondicionamiento del pavimento del pasillo central de la Nave I.
- Sustitución de aseos públicos en la Nave II.
- Reforma de las oficinas centrales y de la red informática existente.
- Mejora de la red de pluviales e instalación de sifones y arquetas de registro, así como la sustitución de grifos monomandos por pulsadores de tiempo, con una apreciable reducción en el consumo de agua.

En Mercasturias se ha remodelado el mobiliario de las cabinas de acceso, cuidando la ergonomía y comodidad de los trabajadores encargados del control de accesos.

Para Mercabarna 2014 ha sido un año clave para el futuro de las infraestructuras de la Unidad Ali-

mentaria mediante la firma de Convenios entre Mercabarna, el Ayuntamiento y los operadores de los Mercados de Pescados y de Frutas/Hortalizas para proceder a una profunda remodelación de sus instalaciones, con una fórmula novedosa de financiación que correrá a cargo de los propios usuarios que verán extendidas en el tiempo sus concesiones administrativas.

Asimismo en Mercabarna se ha procedido a la construcción de un nuevo aparcamiento en altura, que permite sumar 300 nuevas plazas; se ha remodelado uno de los vestuarios del Mercado de Pescados y finalizado la primera fase del refuerzo de su falso techo. Asimismo se han iniciado las obras de actualización de las instalaciones del Pabellón Polivalente.

En Mercacórdoba se han llevado a cabo actuaciones de remodelación y modernización en Mercados Minoristas, en el marco de la Encomienda de Gestión otorgada por el Ayuntamiento de Córdoba a esta sociedad.

Asimismo se ha continuado desarrollando el Plan de Actuación Comercial mediante actividades de dinamización de los establecimientos del comercio vecinal.

Mercabilbao con el objeto de mejora de la funcionalidad y la modernización de sus instalaciones ha abordado a lo largo de 2014 las siguientes actuaciones:

- Saneamiento y refuerzo con chapa de la parte baja de las paredes de los puestos de frutas y polivalente.
- Reparación en ladrillo cara-vista de la fachada del Mercado de Pescados.
- Instalación de lavamanos en los puestos de frutas.
- Sellado definitivo de los puestos polivalentes contra la intrusión de aves.
- Aplicación de resina para uso alimentario en el suelo del frigorífico general, junto con la renovación de las estanterías del mismo.
- Sustitución de la tubería de agua potable en el sector de pescados.
- Adaptación de muelle y rampas traseras del Pabellón Polivalente para actividades logísticas.
- Instalación de básculas de repeso en las áreas frigoríficas.

Mercagranada, durante 2014 ha acometido 27 actuaciones en materias diversas relacionadas con la seguridad, la reforma interior de distintos módulos de las naves y la mejora en infraestructuras y edificios, entre las que pueden citarse:



- Bacheado de asfalto en viales y zonas de parking de camiones y reparación de asfalto en vial entre naves 2ª y 3ª.
- Reparación de solera en la Nave de Pescados con tratamiento superficial antideslizante.
- Renovación del cuadro eléctrico en cámaras de pescados.
- Blindaje en sala de servidores CPD, rejillas y puertas de seguridad.
- Actuaciones en diversos módulos. Adquisición de cámaras, renovación de solado, dotación de nuevo saneamiento, etc.

Mercalaspalmas ha acometido la mejora de módulos del Mercado de Frutas/Hortalizas mediante la remodelación de las fachadas con la sustitución de puertas metálicas tipo tijera por puertas automatizadas de paneles frigoríficos, y la sustitución de las divisiones en la zona del producto local por paneles frigoríficos. Asimismo, se amplió la potencia e infraestructuras para refrigeración de módulos en la zona de producto local del Mercado de Frutas/Hortalizas.

Mercaleón ha adjudicado un derecho de superficie una parcela de 2.700 m² para la construcción y explotación de una Estación de Servicio.

Mercamadrid, para su mercado de Pescados, ha procedido a la contratación de trabajos para la instalación de drenaje perimetral y para la instalación y puesta en servicio de cerramientos exteriores y puertas automatizadas de uso industrial.

En materia de seguridad y movilidad, MERCAMADRID ha llevado a cabo las siguientes actuaciones: Adecuación y adaptación del sistema cctv con nuevas instalaciones y adecuación de cámaras de vigilancia; ejecución del proyecto técnico para la instalación de sistemas avanzados para control y movilidad de vehículos y usuarios; sistema gráfico e integración de los sistemas de PCI y megafonía de los Mercados.

Otras actuaciones de Mercamadrid: En Polivalencia, sustitución de las puertas de acceso; en el Edificio Administrativo, modernización de los



servicios informáticos, tanto a nivel de usuarios como sistemas generales de seguridad informática; en la Ampliación, trabajos de urbanización del Área de Explotación y del Parque Urbano, así como ejecución del sistema de acometida exterior de agua regenerada.

Mercamálaga ha llevado a cabo una serie de actuaciones tendentes a:

- Incorporación de nuevas arquetas en función de la nueva normativa.
- Adecuación de los aparcamientos de la nave 2, eliminando la acumulación de agua en época de lluvias.
- Reparación de las bajantes de la Nave Y.
- Asfaltado del vial que conecta los almacenes P-400 con las naves de venta.

Mercamurcia en su programa de renovación de instalaciones en su complejo cárnico, ha llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Renovación de carros, ganchos y elementos de transporte de canales.
- Adquisición de nuevo vehículo para servicio del matadero.
- Renovación de contenedores de residuos.
- Mejora del equipo frigorífico de la fábrica de hielo del Mercado de Pescados.
- Adquisición de mobiliario y equipos informáticos para la Administración.



- Automatización de aireadores y optimización del sistema de aireación de la depuradora del Matadero.

En Mercapalma se han iniciado los trámites para la construcción de un depósito pulmón de un millón de litros de agua, para garantizar el suministro y como reserva para mejorar la capacidad de respuesta ante incendio, y se ha mejorado el depósito de aguas pluviales, incrementando la capacidad para puntas de pluviometría.

Asimismo en Mercapalma se ha licitado y construido una nave para la incorporación de un operador para alquiler de vehículos; se ha procedido al pintado de la señalización horizontal en los viales y se ha adquirido una nueva máquina barredora para limpieza de viales.

En Mercasantander ha finalizado el proyecto de instalación de cubiertas superpuestas al tejado de urulita en las Naves de Frutas/Hortalizas, Polivalencia y Bloque Frigorífico. Asimismo se ha procedido a la reparación de viales y puntos de luz y a la pintura de la marquesina de entrada.

Durante 2014 Mercasevilla abordó una serie de obras para mejora de la infraestructura de la Unidad Alimentaria:

- Se ha acometido la instalación de nuevas redes de distribución de agua en diferentes edificios y

se han instalado contadores a los usuarios en la Nave I de Frutas y Hortalizas. En la red de saneamiento han continuado las obras para un mejor control de los puntos potencialmente contaminantes, como son nuevas arquetas de control de emisiones y reconducción de canalizaciones.

- Se han renovado más de 30.000 m² de asfalto y señalización de viales.
- Se ha acometido la fijación de placas en el edificio administrativo y su posterior pintado, mejorando tanto la seguridad como la imagen de dicho edificio.
- Se han llevado a cabo obras de reparación de cubiertas para evitar filtraciones, destacando la nueva cubierta de la zona de cafetería del Mercado de Pescado y la instalación de nuevos canalones en diferentes naves.
- Se ha creado un nuevo aparcamiento para 200 vehículos, lo que ha liberado mayor espacio en la zona de mercados.
- En la entrada principal se ha acometido la renovación de los controles de acceso, la construcción de una cubierta, así como la señalización, iluminación y sistema de barreras más rápidas y seguras.
- Se han reparado los muelles de las Naves I y II de Frutas/Hortalizas, así como las cabeceras de dichas naves.

En Mercatenerife se ha acometido la reparación de la cubierta y los canalones del complejo B, y se ha procedido al sellado de juntas de los paneles metálicos en fachada. Así mismo se ha procedido a la reforma integral de la cafetería de la Nave 2.

En Mercavalencia han continuado las mejoras en la urbanización, viales interiores, aparcamientos y accesos. Asimismo se ha finalizado el proyecto de obras en el pasillo central del Mercado de Frutas/Hortalizas, obteniendo un mayor aislamiento, así como una mayor luminosidad.

En Mercazaragoza se ha procedido a la mejora de las cámaras frigoríficas y de la sección de tripería del matadero, con nueva maquinaria para la limpieza de subproductos. ◀

> ACTUACIONES EN MATERIA DE MEDIO AMBIENTE, SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

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, así como su reducción y fragmentación selectiva según su naturaleza, para su posterior reciclaje y reutilización.

Otra línea de atención preferente están siendo las acciones dirigidas a la mejora continua de la eficiencia energética, tales como: auditorías energéticas, sustitución de elementos con el objetivo de reducir los consumos o el apoyo a las fuentes de energías renovables.

Asimismo, se consideran de importante rentabilidad social, a medio y largo plazo, las acciones dirigidas a la mejora y difusión de una adecuada educación alimentaria y de un consumo saludable.

Por último, hay que considerar de especial repercusión social el decidido apoyo que en las Unidades Alimentarias de la Red Mercasa se está prestando a la encomiable labor que están llevando a cabo los Bancos de Alimentos en favor de la población más necesitada, especialmente en situaciones de crisis económica como la actual. Se les están cediendo gratuitamente 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.

En Mercalgeciras se ha procedido al desbroce y acondicionamiento de una parcela no ocupada, como medida de protección de incendios.

Durante 2014 se separaron en Mercalicante 153 toneladas de residuos con destino a reutilización y reciclado. Se ha renovado la certificación de calidad medioambiental ISO 14001.

Los niveles de reciclaje de residuos en Mercasturias fueron del 73%.

Se han mantenido en Mercabadajoz los procesos de recogida selectiva de madera, plásticos y cartón. Los servicios municipales se ocupan de la recogida de residuos orgánicos.

En Mercabarna se recogieron 28.446 toneladas de residuos comerciales e industriales. De las 22.630 toneladas de residuos comerciales procedentes de la actividad de mayoristas y minoristas, se ha reciclado el 72%. Respecto de los residuos industriales, que provienen fundamentalmente de la depuradora y de la actividad del matadero, se han recogido 5.816 toneladas y transportadas hacia diferentes gestores autorizados para su correcto tratamiento.

La recogida de residuos orgánicos en Mercabilbao ha sido de 388 toneladas, un 23% superior al ejercicio precedente, habiéndose incrementado un 3% la de residuos asimilables a urbanos. El porcentaje de reciclado sobre el total de residuos ha sido del 35%.

Se ha suscrito un nuevo contrato de limpieza y gestión de residuos en Mercabilbao para los próximos cuatro años, apostando por una mayor valorización.



Mercabilbao ha renovado la certificación medioambiental ISO 14001. Asimismo, fue distinguida con la “escoba de platino”, que premia el aseo de las instalaciones y la correcta gestión de los residuos.

En desarrollo del programa de separación de residuos de Mercagranada, en 2014 la tasa de separación ha sido del 74%.

En colaboración con la empresa gestora de residuos orgánicos, Mercagranada participa en el proyecto europeo “Impacto” de innovación sobre extracción de biogas a partir de dichos residuos.

A finales de 2014 se iniciaron en Mercairuña actuaciones para la puesta en marcha para la separación de materia orgánica, que viene a añadirse a la recogida selectiva de vidrio, papel, cartón, plásticos y envases no reutilizables, que ya se venían realizando.

Mercalaspalmas ha renovado la certificación de Calidad Medioambiental ISO 14001.

Mercamálaga ha continuado con el desarrollo y mejora de su Plan Integral de la Gestión de resi-

duos: Consolidación de la recogida selectiva segregando el cartón y la madera de los residuos sólidos urbanos; retirada de subproductos de pescados SANDACH categoría 3; retirada de residuos peligrosos.

Mercamálaga ha renovado la certificación de Calidad Medioambiental ISO 14001.

En Mercamurcia se han implementado mejoras en el sistema de la Estación Depuradora del Matadero mediante la optimización del sistema de aireación. Se ha instalado un sistema de medición de O2 en automático mediante sonda. Se ha renovado la certificación de Calidad Medioambiental ISO 14001.

En Mercapalma se ha procedido a la remodelación de la disposición de contenedores en el Parque Verde y sus accesos, minimizando el vertido de residuos al suelo.

En Mercasevilla se ha registrado una disminución de los residuos generados, en gran parte debido a las campañas desarrolladas dirigidas tanto a mayoristas como a minoristas.

Mercatenerife ha renovado la certificación de Calidad Medioambiental ISO 14001.

El esfuerzo en los trabajos de recogida de residuos en Mercatenerife y la labor de concienciación continuada han logrado incrementar el total de residuos con separación selectiva, especialmente en materia orgánica.

En la línea de mejora de la calidad del vertido y posible aprovechamiento de aguas residuales para riego de zonas verdes, Mercatenerife ha abordado la realización de un estudio para determinar el mejor sistema de filtrado y evaluar la factibilidad de acometer una inversión en esta materia.

En Mercazaragoza los residuos producidos son seleccionados y evacuados por gestores autorizados.

En la línea de mejora de la eficiencia energética, en Mercalicante se ha continuado con la sustitución de luminarias por tubos LED. Asimismo, se han instalado dos nuevos contadores para control del gasto energético en nuevos sectores, y se ha potenciado

el ahorro en climatización de oficinas con la instalación de nuevos termostatos independientes.

Mercalicante ha recibido de nuevo el certificado de que el 100% de la energía utilizada proviene de energías renovables, emitido por la compañía suministradora.

En Mercabadajoz se ha procedido a la reducción de la potencia contratada, una vez puesta en marcha la iluminación tipo LED, con el consiguiente ahorro en el coste energético. Asimismo, tras petición de ofertas, se ha conseguido una reducción del gasto en telefonía.

La Comisión de Energías de Mercabarna ha promovido por segundo año consecutivo la participación conjunta de las empresas del recinto en una subasta electrónica para contratar los servicios de suministro de electricidad y gas, con resultados muy apreciables en reducción de costes para las firmas participantes.

La Comisión de Telecomunicaciones de Mercabarna, ha trabajado para abaratar aún más el coste de las llamadas Internacionales y para poner en marcha un servicio de WIFI de pago dirigido especialmente a los transportistas y compradores extranjeros con negocios en la Merca.

Dentro del acuerdo de Mercabarna con la Asociación de mayoristas de pescados para la modernización de este Mercado, las primeras obras efectuadas han consistido en la sustitución del alumbrado de la zona de exposición de productos por luces LED de bajo consumo.

Mercabarna, el Ayuntamiento de Barcelona y Ecoenergías han firmado un acuerdo para trabajar conjuntamente en la posibilidad de contratar una red propia para suministrar frío a las empresas de la Unidad Alimentaria mediante el aprovechamiento del frío que se genera durante el proceso de gasificación del gas natural.

Mercabilbao ha procedido a la mejora de la iluminación del Pabellón Polivalente, el área comercial y el estacionamiento subterráneo, en todos ellos con elementos de bajo consumo energético.

> La Comisión de Energías de Mercabarna ha promovido por segundo año consecutivo la **participación conjunta de las empresas** del recinto en una subasta electrónica para contratar los **servicios de suministro de electricidad y gas, con resultados muy apreciables** en reducción de costes para las firmas participantes



En Mercabilbao ha aumentado el consumo total de agua debido a las fugas detectadas en el Mercado de Pescados, como consecuencia de las cuales se ha procedido a sustituir la instalación de suministro de agua potable en dicha nave: Asimismo, se ha registrado un ligero incremento en el consumo eléctrico.

En Mercacórdoba, la instalación de sistemas de iluminación más eficientes en el Mercado de Pescados y en el pórtico de accesos, ha permitido obtener reducciones en el consumo energético.

Mercacórdoba ha mantenido en pleno funcionamiento las dos plantas solares fotovoltaicas, cada una con una potencia nominal de 100 Kw ubicados en las cubiertas del Mercado de Frutas/Hortalizas, que han producido 340.590 Kwh, lo que supone la reducción de emisiones de CO₂ de alrededor de 82,2 toneladas/año. Asimismo, continua a pleno servicio el colector de placas solares térmicas que surte de toda el agua caliente necesaria y ofrece apoyo a la planta climatizadora.

Mercagranada se ha incorporado al Convenio de Mercabarna-Orange para la mejora de las telecomunicaciones de los operadores. Se ha desarrollado ya la fase de telefonía móvil.

Mercagranada ha abordado una serie de actuaciones para la mejora de la eficiencia energética:

- Cortina de aire en cámaras frigoríficas de la Nave de Frutas/Hortalizas.

- Sistema de refrigeración en sala de servicios informáticos CPD.
- Mejora de la compensación de energía reactiva en cámaras de frutas, con la instalación de condensadores.
- Renovación de la iluminación exterior por tecnología LED en viales y voladizos de las naves y vapor de sodio en perímetro y zona de parking.

En esta línea de optimización de recursos energéticos Mercagranada en 2014 ha disminuido su consumo global en 88.700 Kws con respecto al año anterior (-9,6%).

En Mercairuña se ha reprogramado el sistema de encendido y apagado del alumbrado en urbanización y muelles, paseo central y zonas comunes del Mercado de Frutas/Hortalizas, con la consiguiente disminución del consumo. En la misma línea se ha actuado en el sistema de riego de zonas ajardinadas de la urbanización.

Mercalaspalmas ha procedido a la remodelación de las cámaras frigoríficas de reserva diaria del Mercado de Frutas/Hortalizas, destinadas, fundamentalmente, al producto local.

Asimismo, en Mercalaspalmas se ha informatizado el sistema de megafonía en el Mercado de Frutas/Hortalizas y Polivalencia, lo que permite la programación de cuñas orientadas a la seguridad, preven-

ción de riesgos, normas de mercado, convocatoria de cursos de formación, etc.

En Mercalaspalmas se ha procedido a la sustitución del alumbrado interior de los puestos del mercado, así como de viales y exteriores de Naves, por equipos de alta eficiencia y reducción de consumo eléctrico.

Durante 2014 la planta solar fotovoltaica de Mercalaspalmas ha producido 3,3 millones de Kwh, lo que supone una cobertura del 55% del consumo eléctrico tanto de la propia sociedad como del conjunto de operadores de la Unidad Alimentaria.

En Mercamadrid se ha procedido a la contratación de trabajos para: sustitución de la red de abastecimiento de agua; reparación de la red de saneamiento y actuaciones en eficiencia energética y anillo de media tensión.

Mercamálaga ha incorporado reductores de energía para luminarias en el acceso a la Unidad Alimentaria, sustituido luminarias por tecnología LED e incorporado reguladores de intensidad, con la consiguiente reducción en el consumo energético. Asimismo, ha adquirido un nuevo vehículo eléctrico para el equipo de mantenimiento.

En Mercapalma se ha cambiado el 100% del alumbrado público a sistemas de mayor eficiencia energética, e instalación de alumbrado en la zona de muelles del Pabellón III. Asimismo se ha creado un punto de recarga eléctrica para vehículos, cofinanciado por la UE.

Mercapalma registró en 2014 una disminución de su consumo eléctrico. Asimismo, se ha llevado a cabo un riguroso plan de control de mermas en la red de distribución de agua potable.

Mercasalamanca ha intensificado el control de costes energéticos y ha procedido a una reestructuración de horarios optimizando los recursos humanos.

En Mercasevilla se ha renovado el cuadro de distribución eléctrica de la Nave Polivalente y se ha realizado una auditoría eléctrica que ha indicado los puntos por orden de gravedad en los que hay que actuar prioritariamente.

Mercatenerife ha conseguido reducciones de costes a través de la renegociación con las empresas proveedoras de servicios exteriores. Asimismo se han renovado, en Mercatenerife, los contadores, cuadro de zonas comunes y alumbrado público y se está estudiando la elección del tipo de luminaria más adecuada.



> En Mercavalencia se ha **mejorado la seguridad**, con la instalación de cámaras de vigilancia, conectadas a un centro de control. Asimismo en **sistemas de información** se han renovado los servidores

da para proceder a continuación a la ejecución de un importante programa de sustitución. En 2014 se ha reducido el consumo energético en 9.278 kwh. (-1,9 %)

Respecto del agua, en Mercatenerife se realizan controles semanales para detectar cualquier incremento significativo en el consumo para, en su caso, poder detectar y actuar frente a posibles fugas. En 2014 el consumo de agua se ha reducido en 1.166 m3. (-10,2 %).

En Mercavalencia se ha mejorado la seguridad, con la instalación de cámaras de vigilancia, conectadas a un centro de control. Asimismo en sistemas de información se han renovado los servidores.

En Mercazaragoza se ha actuado buscando la optimización de la eficiencia energética en motores y bombas, el aislamiento térmico de calderas y el control periódico del consumo eléctrico. En la gestión del agua se ha actuado en la regulación del caudal en los puntos de suministro, en la eliminación de tomas innecesarias en el Matadero y en los sistemas de cierre sectorial.

Con objeto de afianzar la marca Mercalgeciras dentro del Campo de Gibraltar intentando ampliar su área de influencia, se han llevado a cabo una serie de acciones comerciales, tales como:

- Entrega de trípticos informativos en pescaderías, restaurantes y hoteles del Campo de Gibraltar.
- Visitas a pescaderías, restaurantes y hoteles de la Costa del Sol y la Serranía de Ronda, con información sobre la actividad de la Unidad Alimentaria, haciéndoles entrega de carnets para que la visiten.

Durante 2014 Mercalicante ha distribuido nuevas acreditaciones en comercios minoristas de frutas/hortalizas con su marca "Salud Mediterránea".

En materia de promoción de hábitos saludables, Mercalicante participó en 51 eventos benéficos, solidarios y deportivos con la entrega de 9.600 kg de fruta fresca entre casi 36.000 personas. Los escolares fueron uno de los objetivos prioritarios en la estrategia de la empresa, que un año más organizó visitas a sus instalaciones para ello, en las que se realizaban talleres sensoriales y juegos sobre consumos de frutas y hortalizas. La Unidad Alimentaria recibió la visita de 1.780 niños de educación infantil, primaria y secundaria.

Además Mercalicante organizó una nueva edición de su Cross Mercalicante Salud Mediterránea, en el que participaron más de 400 niños. Asimismo colaboró a través del programa municipal de educación "La Nevera" y con el desarrollo de las jornadas "Disfruta en movimiento" llevado a cabo en diez institutos de la ciudad.

Mercabadajoz ha continuado colaborando con las instituciones públicas en la promoción del consumo de frutas y hortalizas en las jornadas sobre el Año de los Mayores, el Día del Consumidor y Feria de Iberocio, mediante la entrega gratuita de piezas de estos productos para talleres y otros eventos.

En 2014 Mercabarna ha desarrollado una campaña de marca para dar a conocer su actividad y transmitir sus valores a los consumidores finales. El eje central de esta campaña ha sido el cortometraje "Pitahaya", una pieza audiovisual escrita y dirigida por Alberto Espinosa, que se ha rodado íntegramente en el recinto de esta Unidad Alimentaria, y ha sido objeto de una intensa campaña de promoción.

Mercabarna ha puesto en marcha su programa de becas para incentivar la inserción laboral de jóvenes

> Mercamálaga ha colaborado en diversos **eventos deportivos**, incidiendo en el mensaje de **alimentación saludable** mediante el consumo de frutas

universitarios y de personas desempleadas en empresas de la Unidad Alimentaria.

Un total de 12.000 escolares han participado en alguna de las tres campañas educativas que organiza Mercabarna conjuntamente con las asociaciones de mayoristas: “5 al día”, “Crece con el pescado” y “Flores y plantas cada día”, y cuyo objeto es fomentar hábitos de alimentación saludables y potenciar el conocimiento de flores y plantas.

Asimismo, Mercabarna ha estado presente en algunas de las ferias alimentarias y logísticas más importantes en el ámbito nacional y en el internacional: Fruit Logística (Berlín), Alimentaria (Barcelona), Medfel (Perpiñán), Salón Internacional de la Logística (Barcelona), Seafood (Barcelona) y Fruit Attraction (Madrid).

En 2014 Mercabilbao ha llevado a cabo diversas acciones para poner en valor los atributos de su marca: Talleres sensoriales con escolares para contribuir a la educación alimentaria; participación en eventos gastronómicos de gran notoriedad como el Bilbao Arrain Fish Festival en la Semana Grande bilbaína; campañas para impulsar los productos de temporada con el Área de Salud y Consumo del Ayuntamiento de Bilbao; celebración del Día del Clúster de Alimentación de Euskadi con su feria de alimentación y la promoción del deporte en distintas manifestaciones.

Mercagranada en desarrollo del nuevo Plan de Comunicación ha incorporado mejoras en: Boletín informativo trimestral, envíos de newsletter, accesibi-

lidad de la página web, oficina virtual (nuevo canal interactivo para facilitar información a los diferentes grupos de interés) y “atención directa” (dos números de teléfono, activos 24 horas del día y los 365 días del año, para que los clientes puedan transmitir de forma inmediata sus quejas, reclamaciones y necesidades).

Mercagranada desarrolla el programa nutricional “Conoce Mercagranada y los Alimentos” como plan de apoyo a la dieta saludable en la infancia y fomento del consumo de productos frescos y la práctica de deporte. En 2014 han participado 2.469 escolares procedentes de 37 centros educativos, complementado con las “Charlas a colegios”, lo que elevó dicha cifra a 2.987.

Mercagranada ha colaborado en diferentes eventos sociales promoviendo la vida saludable y la práctica deportiva: 9ª Carrera de las Fuerzas Armadas, Campeonato Nacional de Gimnasia Rítmica, Campeonato Nacional de Baloncesto Fase A, Media Maratón Ciudad de Granada, y Carrera Familiar.

Mercamálaga ha colaborado en diversos eventos deportivos, incidiendo en el mensaje de alimentación saludable mediante el consumo de frutas: Media Maratón de Málaga, Carrera de la Mujer y 1ª Carrera Senderista Ciudad de Málaga. Mercamálaga ha creado el distintivo de calidad “Compramos en Mercamálaga”, orientado al canal minorista, en apoyo y fomento de la actividad comercial de los mayoristas.

Mercapalma, con el fin de fomentar hábitos saludables ha firmado un Convenio con el Instituto Municipal de Deportes, y con el Proyecto Talleres de Alimentación Saludable, colaborando en sus actividades mediante la aportación de frutas.

Dentro de la programación de visitas guiadas de escolares a Mercasalamanca, en 2014 se han registrado treinta visitas con un total de ochocientos escolares. Asimismo se ha procedido al reparto de frutas en colaboración con las organizaciones de eventos deportivos.

En el aspecto de divulgación Mercatenerife ha participado en los espacios “Mar y Tierra” de El Día TV

y en el programa de radio “La Tarde al Día”. Asimismo ha publicado anuncios e informes divulgativos sobre el sector primario, así como resúmenes de precios, y realizado un nuevo vídeo corporativo.

Es de destacar el considerable aumento de seguidores de Mercatenerife en Facebook y Twitter, así como en el número de visitas a su página web.

En materia de prevención, seguridad y autoprotección en Mercabilbao se han llevado a cabo actuaciones tales como: Formación y adaptación del Plan de Autoprotección, realización de simulacro de emergencias, realización de la auditoría de riesgos laborales, mejoras en megafonía para la gestión de avisos, adaptación de la señalización para la reordenación y control de vehículos, instalación de reductores de velocidad fijos, instalación de un sistema electrónico de acceso a dependencias críticas del mercado.

En Mercamálaga se ha procedido a sustituir las cubiertas de fibrocemento a los efectos de optimizar el aislamiento de las Naves de Frutas/Hortalizas, así como aumentar la luminosidad en el interior.

En Mercamálaga se ha construido una nave de SSGG, mejorándose de forma significativa las condiciones y aspectos del control operacional del almacenamiento de productos químicos y otros del área de mantenimiento.

Mercamálaga ha elaborado el Plan de Emergencias y el Plan de Autoprotección y coordinado con las empresas instaladas en la Unidad Alimentaria. Asimismo se ha procedido a realizar los simulacros correspondientes.

Mercamurcia ha continuado desarrollando para la actividad del Matadero un sistema de autocontrol de puntos críticos y revisando mensualmente los riesgos establecidos en cada una de las secciones de actividad.

Mercapalma ha elaborado su Plan de Responsabilidad Social Corporativa. Asimismo se ha procedido a las mejoras de la eficiencia en el tratamiento de plagas y continuado con el control de aves conjuntamente con la autoridad aeroportuaria y el Área de Medioambiente del Ayuntamiento de Palma de Mallorca.

En Mercasantander ha finalizado el proyecto de instalación de cubiertas superpuestas al tejado de fibrocemento en los Pabellones de Frutas/Hortalizas, Polivalencia, y en el Bloque Frigorífico.

En Mercasevilla, en materia de seguridad de las personas, se han acometido acciones encaminadas al cumplimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, mejoras en la señalización, barandillas en rampas y accesos. En cuanto a seguridad de las instalaciones se ha reparado y mejorado el vallado perimetral y se han instalado cámaras en los puntos de mayor riesgo. ◀



> BANCOS DE ALIMENTOS EN LA RED DE MERCAS

> **La cesión de espacios a los Bancos de Alimentos se realiza de forma gratuita, y, en ocasiones, cedidos en alquiler bonificado en los casos de necesidades adicionales de superficie. En general, estos espacios se benefician, sin coste alguno, de los servicios generales que prestan las Mercas**

Las Mercas refuerzan cada vez más su colaboración con los Bancos de Alimentos, tanto mediante la cesión de espacios en sus instalaciones como favoreciendo la aportación de productos comercializados por las empresas mayoristas que operan en las Mercas:

La cesión de espacios a los Bancos de Alimentos se realiza de forma gratuita, y, en ocasiones, cedidos en alquiler bonificado en los casos de necesidades adicionales de superficie. En general, estos espacios se benefician, sin coste alguno, de los servicios generales que prestan las Mercas, tales como: limpieza; recogida y tratamiento de residuos; vigilancia; medios contra incendios, etc. En algunos casos, las Mercas se hacen cargo, asimismo, del coste de suministro de luz y agua.

En términos generales, la superficie cedida a los Bancos de Alimentos en el conjunto de las Mercas asciende a 7.875 m², con un ahorro de 493.000 euros; mientras que los productos aportados por las empresas de las Mercas ascendieron en 2014 a 4.325 toneladas, procedentes de 430 empresas mayoristas. ◀



> ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

La Red de MERCAS está formada por: Mercalgeciras, Mercalicante, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercalaspalmas, Mercaleón, Mercamadrid, Mercamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca, Mercasantander, Mercasevilla, Mercatenerife, Mercavalencia y Mercazaragoza.

Un total de 23 Unidades Alimentarias, cuya superficie global se sitúa en unos 8 millones de metros cuadrados, de los que en torno a un millón son superficie neta de mercados y más de 2,4 millones corresponden a las Zonas de Actividades Complementarias. El resto serían principalmente zonas urbanizadas (viales, aparcamientos, zonas verdes, etc.) y las dedicadas a servicios comerciales y administrativos.

En estas estructuras desarrollan su actividad unas 3.200 empresas, de las que en torno a 1.800 serían mayoristas instalados en los Mercados de Frutas y Hortalizas, Pescados, Carnes y Flores, y el resto, empresas dedicadas a actividades complementarias de mercados, de distribución logística o de atención a los usuarios de las Mercas, que representan ya un 45% del total.

Asimismo, también cabe destacar el importante volumen de empleo que genera la actividad que se desarrolla en las Mercas, que se estima en unos 26.700 trabajadores entre el personal de las Mercas y el de las empresas mayoristas y de servicios ubicadas en sus instalaciones.



Del mismo modo, la actividad comercial y de servicios que se desarrolla en las Mercas genera un tránsito muy representativo de personas y vehículos. Durante 2014, por las 23 Unidades Alimentarias transitaban cerca de 18,5 millones de vehículos (70.000/día). En cuanto a la afluencia de compradores —tanto detallistas como mayoristas, hostelería y restauración, demanda institucional y otros usuarios—, la media de asistencia diaria se cifra en unas 73.000 personas. ◀

> ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

SERVICIOS PRINCIPALES

	MERCADO FRUTAS Y HORTALIZAS	MERCADO PESCADOS	MATADERO COMPLEJO CARNICO ^(*)	FLORES
Mercalgeciras	■	■		
Mercalicante	■			
Mercasturias	■			
Mercabadajoz	■	■		
Mercabarna	■	■	■	■
Mercabilbao	■	■		
Mercacórdoba	■	■		
Mercagalicia	■			
Mercagranada	■	■		
Mercairuña	■	■		
Mercajerez	■	■		
Mercalaspalmas	■	■		
Mercaleón	■	■		
Mercamadrid	■	■	■	
Mercamálaga	■	■		
Mercamurcia	■	■	■	■
Mercapalma	■		■	
Mercasalamanca	■	■		
Mercasantander	■			
Mercasevilla	■	■	■	
Mercatenerife	■			
Mercavalencia	■	■	■	■
Mercazaragoza	■	■	■	
Total Mercas	23	17	7	3

(*) MERCADO COMPLEJO CARNICO. La gestión y explotación de los mataderos de Mercamadrid, Mercapalma y Mercasevilla la realizan empresas privadas.

> ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

SUPERFICIE EN LA RED DE MERCAS (m²)

	MERCADOS	Z.A.C. ⁽¹⁾	OTRAS	TOTAL
Mercalgeciras	3.118	10.540	17.481	31.139
Mercalicante	32.918	59.326	43.587	135.831
Mercasturias	20.331	63.432	28.765	112.528
Mercabadajoz	4.240	30.155	25.244	59.639
Mercabarna	169.357	308.723	430.783	908.863
Mercabilbao	36.845	7.752	89.402	133.999
Mercacórdoba	14.094	15.777	56.129	86.000
Mercagalicia	8.638	38.428	15.934	63.000
Mercagranada	28.790	97.655	95.949	222.394
Mercairuña	8.302	87.451	72.247	168.000
Mercajerez	8.240	2.868	45.867	56.975
Mercalaspalmas	20.339	52.528	227.844	300.711
Mercaleón	10.428	7.479	24.051	41.958
Mercamadrid	199.600	421.200	1.594.260	2.215.060
Mercamálaga	20.492	16.265	217.654	254.411
Mercamurcia	42.452	127.707	115.476	285.635
Mercapalma	34.854	211.766	126.236	372.856
Mercasalamanca	26.531	62.802	163.967	253.300
Mercasantander	15.794	105.875	71.661	193.330
Mercasevilla	51.318	96.722	275.272	423.312
Mercatenerife	24.800	42.011	117.114	183.925
Mercavalencia	65.897	148.487	283.616	498.000
Mercazaragoza	103.707	360.795	235.498	700.000
Total Red	951.085	2.375.744	4.374.037	7.700.866

¹ Zona de Actividades Complementarias.

² En el total de Mercamadrid se incluyen 453.492 m² de Mercamadrid tecnológico

> ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

SUPERFICIE EN LA RED DE MERCAS (m²)

	MERCADO F.Y.H.	MERCADO PESC.	MERCADO CARNES	MERCADO FLORES	Z.A.C. ⁽¹⁾	ADMIN.	VIALES	APARC.	OTRAS AREAS	TOTAL MERCAS ⁽²⁾
Mercalgeciras	1.488	1.630			10.540		7.710	5.767	4.004	31.139
Mercalicante	32.918				59.326	4.677	28.113	7.467	3.330	135.831
Mercasturias	20.331				63.432	307	21.668	6.320	470	112.528
Mercabadajoz	3.490	750			30.155	1.886	15.142	4.716	3.500	59.639
Mercabarna	80.406	25.458	19.302	44.191	308.723	7.731	303.472	109.150	10.430	908.863
Mercabilbao	27.871	8.974			7.752		18.958	61.456	8.988	133.999
Mercacórdoba	11.690	2.404			15.777	504	26.372	13.452	15.801	86.000
Mercagalicia	8.638				38.428		10.310	5.624		63.000
Mercagranada	20.996	7.794			97.655	2.981	54.624	20.614	17.730	222.394
Mercairuña	6.322	1.980			87.451	400	60.435	8.196	3.216	168.000
Mercajerez	8.000	240			2.868	547	11.954	29.932	3.434	56.975
Mercalaspalmas	19.208	1.131			52.528	1.563	85.496	37.352	103.433	300.711
Mercaleón	6.700	3.728			7.479	660	12.560	2.902	7.929	41.958
Mercamadrid	124.400	42.600	32.600		421.200	31.450	321.957	150.014	1.090.839	2.215.060
Mercamálaga	16.018	4.474			16.265	1.120	94.275	31.361	90.898	254.411
Mercamurcia	18.323	8.190	10.511	5.428	127.707	975	61.864	14.275	38.362	285.635
Mercapalma	14.488		20.366		211.766	1.633	102.458	13.536	8.609	372.856
Mercasalamanca	18.902	7.629			62.802	1.961	46.876	20.125	95.005	253.300
Mercasantander	15.794				105.875	2.254	47.239	4.537	17.631	193.330
Mercasevilla	29.157	7.117	15.044		96.722	1.980	160.846	74.613	37.833	423.312
Mercatenerife	24.800				42.011	2.448	20.908	19.355	74.403	183.925
Mercavalencia	31.272	12.518	13.135	8.972	148.487	2.090	107.221	68.305	106.000	498.000
Mercazaragoza	33.250	10.560	59.897	0	360.795	5.400	92.900	61.931	75.267	700.000
Total Red	574.462	147.177	170.855	58.591	2.375.744	72.567	1.713.358	771.000	1.817.112	7.700.866

¹ Zona de Actividades Complementarias.² En el total de Mercamadrid se incluyen 453.492 m² de Mercamadrid tecnológico

> ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

NÚMERO DE EMPRESAS MAYORISTAS IMPLANTADAS

	F.Y.H.	PLÁTANOS	PESCADOS	CARNES	FLORES	OTROS (*)	TOTAL MERCAS
Mercalgeciras	1		11			6	18
Mercalicante	28	1				55	84
Mercasturias	11					13	24
Mercabadajoz	4		3			17	24
Mercabarna	162		69	14	48	405	698
Mercabilbao	30	3	23			46	102
Mercacórdoba	22		12			24	58
Mercagalicia	8	1				6	15
Mercagranada	32	2	17			57	108
Mercairuña	12		7			16	35
Mercajerez	11		1			30	42
Mercalaspalmas	188		4			58	250
Mercaleón	9		6			11	26
Mercamadrid	153	10	155	69		193	580
Mercamálaga	51		24			26	101
Mercamurcia	51		5	11	5	59	131
Mercapalma	34	1		5		67	107
Mercasalamanca	18	3	5			20	46
Mercasantander	18					30	48
Mercasevilla	76		45	1		75	197
Mercatenerife	35	1				55	91
Mercavalencia	51		21	10	50	99	231
Mercazaragoza	31		14			99	144
Total Mercas	1.036	22	422	110	103	1.467	3.160

(*) OTROS. Actividades de Distribución Complementaria y de Atención a Usuarios

> COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA EN LA RED DE MERCAS

La actividad comercial mayorista en las 23 Unidades Alimentarias de la Red de Mercas alcanzó en 2014 un valor total de unos 9.800 millones de euros, correspondientes a un volumen de comercialización de 6,3 millones de toneladas de alimentos fundamentalmente perecederos: frutas, hortalizas, pescados y carnes.

Estos datos de volumen y valor, que mejoran en conjunto respecto al año anterior, incluyen la actividad correspondiente a los Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, Pescados, Mataderos y Complejos Cárnicos que funcionan en las distintas Mercas, así como la de las empresas que operan desde las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC) que completan cada una de las Mercas.

El tratamiento estadístico de los datos comerciales en las Mercas forma parte del programa de servicio público que presta Mercasa al conjunto de la cadena alimentaria y es, en tal sentido, una herramienta relevante en materia de información, planificación y transparencia de mercados. Elemento muy útil también para la gestión y toma de decisiones estratégicas de negocio.

Por ello, Mercasa y las Mercas buscan la mejora permanente de programas para seguimiento y procesamiento de datos, adaptando los mismos a los nuevos

modelos de demanda y de la creciente distribución realizada directamente por las empresas ubicadas en las ZAC, cada vez de mayor peso. Una versatilidad que permite además una interacción más ágil y homogénea con el resto de operadores de la cadena.

Por familia de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2014 ascendieron a unos 5,1 millones de toneladas, un 2,7% 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 rebasaron las 575.000 toneladas en 2014, un 0,6% menos que en 2013, con un valor cercano a unos 3.550 millones de euros. En el caso de las carnes, durante 2014, la comercialización en la Red de Mercas superó holgadamente las 430.000 toneladas, con un valor de casi 1.400 millones de euros, y un incremento de las transacciones en torno al medio punto porcentual.

Cuotas de mercado

Los volúmenes comercializados en 2014 generan una importante cuota de mercado de la Red de Mercas –entendida como la parte del consumo total que ha sido comercializada por las empresas mayoristas implantadas en las Unidades Alimentarias–

> La actividad comercial mayorista en las 23 Unidades Alimentarias de la **Red de Mercas alcanzó en 2014** un valor total de unos **9.800 millones de euros**, correspondientes a un volumen de comercialización de **6,3 millones de toneladas de alimentos** fundamentalmente perecederos: frutas, hortalizas, pescados y carnes



que incluidos todos los servicios (Mercados y ZAC) significaría canalizar en torno a un 55% del total de frutas y hortalizas que se consumen en España (hogar + extracomunitario), del orden de un 45% de los pescados y mariscos, y entre un 20 y 25% de las carnes, sin incluir transformadas. Porcentajes que son aún más significativos si se toma como referencia únicamente el consumo en hogares, la demanda de mayor peso en las Mercas a través de sus distintos canales de compra. La estabilidad con tendencia al alza de las ventas frente a los recortes que apunta el avance de las cifras de consumo en 2014 afirman el protagonismo de las Mercas en la distribución de productos alimentarios.

Comercialización directa

Asimismo resulta muy significativo el conjunto de las ventas canalizadas a través de los espacios

destinados a los productores con los que cuentan la mayoría de las Mercas, para facilitar la comercialización directa por parte de los agricultores. En 2014 se vendieron de esta forma 111.000 toneladas, equivalentes a un 10% del total de las ventas de hortalizas y patatas (productos a los que mayoritariamente se dedican) efectuadas en aquellas Mercas en las que operan los productores agrícolas. Un nivel de actividad muy estable sobre lo realizado en ejercicios anteriores.

Indicadores económico-financieros

En cuanto a los principales indicadores económico-financieros de las Mercas —en cuyo capital social participan Mercasa y los ayuntamientos respectivos— cabe resaltar que en 2014 el beneficio antes de impuestos de las 23 Unidades Alimentarias ascendió a 25,6 millones de euros. ◀

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2014
VALOR / VOLUMEN (área MERCADOS)

VALOR DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS ⁽¹⁾	MILLONES DE EUROS
GRUPO	TOTAL
FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS	4.061,0
PESCADOS Y MARISCOS	2.733,4
CARNES	912,2
TOTAL	7.706,6

¹ Al valor de los productos de alimentación perecedera comercializados en los mercados mayoristas hay que sumar el obtenido en las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC), ascendiendo el valor total de la facturación hasta los casi 9.800 millones de euros.

VOLUMEN DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS ⁽²⁾	TONELADAS	
GRUPO	TOTAL	% S/GRUPO
FRUTAS	2.331.472	52,7
HORTALIZAS	1.470.570	33,2
PATATAS	622.216	14,1
TOTAL FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS*	4.424.258	100,0
PESCADO FRESCO	257.171	56,7
MARISCO FRESCO (incluye Moluscos y Cefalópodos)	79.283	17,5
PESCADO Y MARISCO CONGELADOS	116.813	25,8
TOTAL PESCADO Y MARISCO*	453.267	100,0
TOTAL CARNES (Mataderos + Mercados de Carnes)*	307.898	100,0

^(*) El volumen total de ventas hortofrutícolas supera holgadamente los 5,1 millones de toneladas al incluir las transacciones efectuadas desde las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC)

^(*) El volumen total de ventas de productos pesqueros excede las 575.000 toneladas al agregar la actividad comercial correspondiente a las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC)

^(*) El volumen total de ventas de productos cárnicos rebasa ampliamente las 430.000 toneladas al añadir las operaciones realizadas por las empresas del sector instaladas en las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC)

² Entre Mercados y ZAC, el volumen global de productos de alimentación comercializados en la Red de Mercas en 2014 se eleva hasta los 6,3 millones de toneladas.

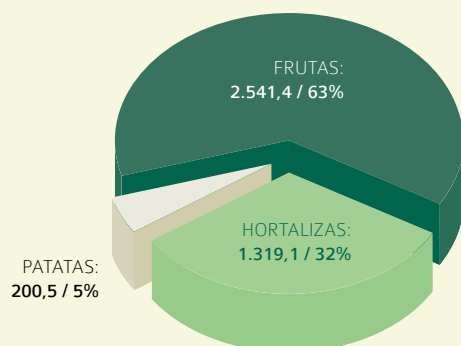


> ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

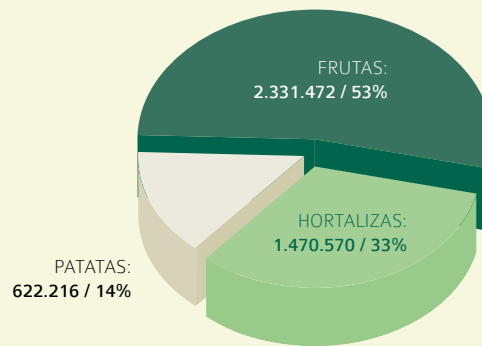
COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2014 VALOR Y VOLUMEN

FRUTAS Y HORTALIZAS

VALOR (Mill. de Euros)

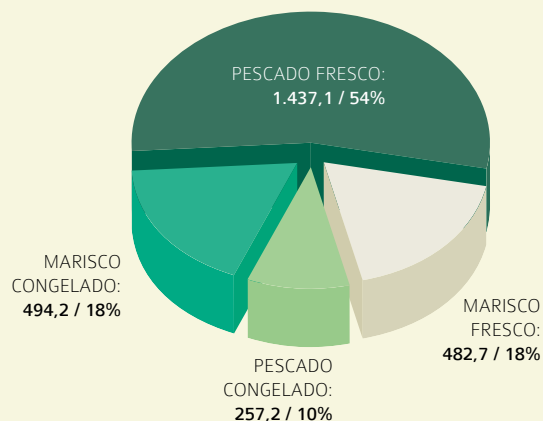


VOLÚMEN (Toneladas)

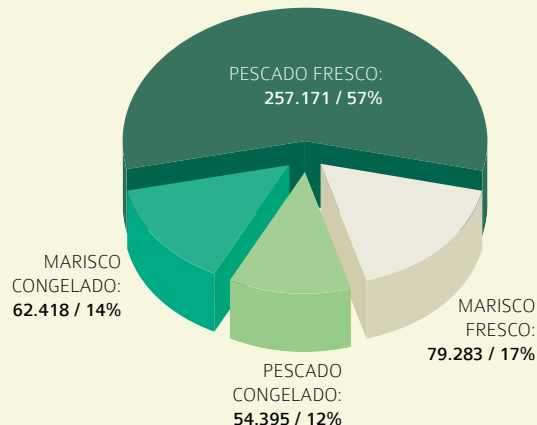


PESCADOS

VALOR (Mill. de Euros)

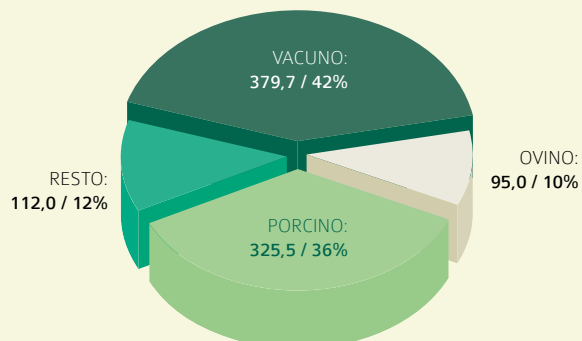


VOLÚMEN (Toneladas)

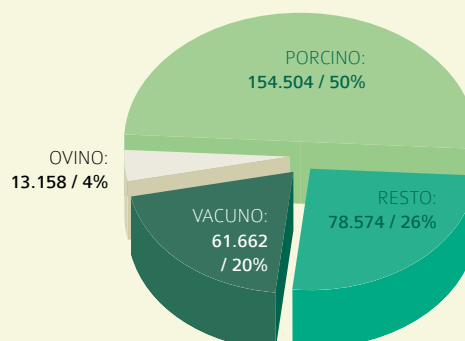


CARNES

VALOR (Mill. de Euros)



VOLÚMEN (Toneladas)



> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2014 (TONELADAS)

MERCAS	FRUTAS Y HORTALIZAS	PESCADOS	CARNES	TOTAL
Mercalgeciras	427	2.092	-	2.519
Mercalicante	62.506	-	-	62.506
Mercasturias	67.673	-	-	67.673
Mercabadajoz	9.252	768	-	10.020
Mercabarna	1.041.325	71.583	20.670	1.133.578
Mercabilbao	215.058	27.662	-	242.720
Mercacórdoba	52.618	6.473	-	59.091
Mercagalicia	13.670	222	-	13.892
Mercagranada	122.565	8.906	-	131.471
Mercairuña	31.179	3.680	-	34.859
Mercajerez	39.411	295	-	39.706
Mercalaspalmas	174.435	2.740	5.068	182.243
Mercaleón	15.166	1.181	-	16.347
Mercamadrid	1.471.063	135.490	158.427	1.764.980
Mercamálaga	148.034	40.630	-	188.664
Mercamurcia	79.515	1.778	14.385	95.678
Mercapalma	184.868	9.628	-	194.496
Mercasalamanca	45.597	1.341	-	46.938
Mercasantander	31.178	-	-	31.178
Mercasevilla	227.649	18.374	-	246.023
Mercatenerife	93.254	-	-	93.254
Mercavalencia	228.338	101.047	61.202	390.587
Mercazaragoza	69.477	19.377	48.146	137.000
Total	4.424.258	453.267	307.898	5.185.423

(*) Añadida la actividad de las ZAC (Zonas de Actividades Complementarias) el volumen total de las transacciones se acercaría a los 6,3 millones de toneladas.

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2014

MERCAS	FRUTAS		HORTALIZAS		PATATAS		TOTAL	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	156	0,0	155	0,0	116	0,0	427	0,0
Mercalicante	36.052	1,5	21.554	1,5	4.899	0,8	62.505	1,4
Mercasturias	36.174	1,6	17.374	1,2	14.125	2,3	67.673	1,5
Mercabadajoz	5.854	0,3	2.678	0,2	720	0,1	9.252	0,2
Mercabarna	529.286	22,7	307.794	20,9	204.245	32,8	1.041.325	23,5
Mercabilbao	144.678	6,2	55.060	3,7	15.321	2,5	215.059	4,9
Mercacórdoba	22.035	0,9	20.875	1,4	9.708	1,6	52.618	1,2
Mercagalicía	9.986	0,4	2.535	0,2	1.148	0,2	13.669	0,3
Mercagranada	56.283	2,4	51.346	3,5	14.936	2,4	122.565	2,8
Mercairuña	14.597	0,6	12.938	0,9	3.643	0,6	31.178	0,7
Mercajerez	19.666	0,8	9.515	0,6	10.230	1,6	39.411	0,9
Mercalaspalmas	72.957	3,1	63.723	4,3	37.756	6,1	174.436	3,9
Mercaleón	8.987	0,4	4.702	0,3	1.477	0,2	15.166	0,3
Mercamadrid	821.409	35,2	473.600	32,2	176.053	28,3	1.471.062	33,2
Mercamálaga	72.404	3,1	67.129	4,6	8.500	1,4	148.033	3,3
Mercamurcia	37.369	1,6	37.217	2,5	4.930	0,8	79.516	1,8
Mercapalma	89.042	3,8	74.514	5,1	21.312	3,4	184.868	4,2
Mercasalamanca	28.414	1,2	14.435	1,0	2.749	0,4	45.598	1,0
Mercasantander	17.538	0,8	8.114	0,6	5.526	0,9	31.178	0,7
Mercasevilla	115.795	5,0	72.063	4,9	39.792	6,4	227.650	5,1
Mercatenerife	50.844	2,2	33.313	2,3	9.096	1,5	93.253	2,1
Mercavalencia	103.008	4,4	99.916	6,8	25.414	4,1	228.338	5,2
Mercazaragoza	38.938	1,7	20.020	1,4	10.520	1,7	69.478	1,6
Total Red	2.331.472	100,0	1.470.570	100,0	622.216	100,0	4.424.258	100,0



> RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS
(TONELADAS)

MERCAS	2010	2011	2012	2013	2014
Mercalgeciras	2.071	2.406	1.925	1.747	427
Mercalicante	77.441	78.238	68.187	58.079	62.506
Mercasturias	74.617	73.919	76.625	69.677	67.673
Mercabadajoz	10.950	10.792	10.230	9.693	9.252
Mercabarna	1.039.294	1.067.901	989.283	1.047.920	1.041.325
Mercabilbao	211.125	212.157	212.891	206.805	215.058
Mercacórdoba	62.284	62.362	56.797	57.147	52.618
Mercagalicia	18.636	17.407	16.789	14.084	13.670
Mercagranada	130.406	131.000	130.408	144.247	122.565
Mercairuña	32.060	32.082	31.521	30.562	31.179
Mercajerez	44.288	47.341	43.329	39.795	39.411
Mercalaspalmas	196.778	187.725	187.604	178.804	174.435
Mercaleón	19.629	18.968	17.417	16.520	15.166
Mercamadrid	1.414.752	1.306.320	1.274.385	1.333.751	1.471.063
Mercamálaga	169.563	168.800	161.163	150.578	148.034
Mercamurcia	76.060	74.495	77.200	80.635	79.515
Mercapalma	152.128	158.832	165.373	182.466	184.868
Mercasalamanca	57.997	55.888	52.715	49.624	45.597
Mercasantander	34.079	33.080	33.038	32.683	31.178
Mercasevilla	249.609	239.392	235.601	233.933	227.649
Mercatenerife	111.456	104.004	100.939	96.397	93.254
Mercavalencia	212.900	220.553	227.350	232.645	228.338
Mercazaragoza	124.443	116.530	104.048	94.707	69.477
Total	4.522.566	4.420.192	4.274.818	4.362.499	4.424.258



> RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS (Euros/Kg.)

MERCAS	2010	2011	2012	2013	2014
Mercalgeciras	0,87	1,06	0,86	0,80	0,78
Mercalicante	1,06	1,15	1,15	1,17	1,11
Mercasturias	0,92	0,92	0,98	1,10	1,06
Mercabadajoz	0,98	0,96	0,93	1,02	0,93
Mercabarna	0,90	0,78	0,83	0,95	0,84
Mercabilbao	0,96	0,93	0,95	1,04	0,91
Mercacórdoba	0,75	0,72	0,75	0,81	0,77
Mercagalicia	0,99	1,03	0,88	1,02	0,96
Mercagranada	0,77	0,72	0,74	0,78	0,75
Mercairuña	1,05	0,99	0,98	1,05	0,98
Mercajerez	0,75	0,68	0,68	0,76	0,67
Mercalaspalmas	0,92	0,92	1,01	1,01	0,96
Mercaleón	1,03	1,01	1,04	1,14	1,07
Mercamadrid	1,02	0,93	0,96	1,03	0,97
Mercamálaga	0,98	0,93	1,19	1,21	1,03
Mercamurcia	0,95	0,88	0,91	0,93	0,91
Mercapalma	0,99	0,97	0,97	1,03	0,97
Mercasalamanca	0,82	0,79	0,78	0,81	0,84
Mercasantander	0,99	0,96	0,91	1,01	1,01
Mercasevilla	0,89	0,87	0,92	0,93	0,93
Mercatenerife	1,11	1,05	1,08	1,10	1,01
Mercavalencia	0,85	0,80	0,82	0,87	0,80
Mercazaragoza	0,97	0,90	0,91	0,94	0,83
Total	0,95	0,88	0,92	0,99	0,92

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE FRUTAS

FRUTAS	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euros/Kilo)		
	2014	2013	% 14/13	2014	2013	% 14/13
Aguacates	24.562	28.553	-14,0	2,56	2,33	9,9
Albaricoques	20.915	19.571	6,9	1,65	1,64	0,6
Cerezas	36.762	31.409	17,0	2,74	2,87	-4,5
Chirimoyas	12.043	12.911	-6,7	1,61	1,66	-3,0
Ciruelas	37.216	29.731	25,2	1,16	1,46	-20,5
Fresones	56.403	52.933	6,6	1,73	1,81	-4,4
Kakis	16.258	16.258	0,0	1,21	1,21	0,0
Kiwi	67.909	75.219	-9,7	2,15	2,04	5,4
Limones	65.977	65.977	0,0	0,94	0,94	0,0
Mandarinas	99.133	86.206	15,0	0,91	0,95	-4,2
Mangos	15.840	14.971	5,8	2,79	2,90	-3,8
Manzanas	231.963	234.320	-1,0	1,09	1,27	-14,2
Melocotones	107.352	110.584	-2,9	1,20	1,35	-11,1
Melones	160.161	151.443	5,8	0,80	0,88	-9,1
Naranjas	446.644	434.738	2,7	0,67	0,76	-11,8
Nectarinas	43.885	43.959	-0,2	1,19	1,32	-9,8
Peras	132.554	120.581	9,9	1,04	1,27	-18,1
Piñas	62.282	59.798	4,2	1,12	1,17	-4,3
Plátanos y bananas	384.543	375.289	2,5	0,98	1,01	-3,0
Sandías	126.355	134.170	-5,8	0,55	0,60	-8,3
Uvas	69.122	75.031	-7,9	1,49	1,48	0,7
Resto frutas	113.593	99.914	13,7	1,87	2,05	-8,8
Total frutas	2.331.472	2.273.566	2,5	1,09	1,18	-7,6

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE HORTALIZAS Y PATATAS

HORTALIZAS	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euros/Kilo)		
	2014	2013	% 14/13	2014	2013	% 14/13
Acelgas	17.453	20.246	-13,8	0,57	0,62	-8,1
Ajos	18.894	19.005	-0,6	1,67	1,88	-11,2
Alcachofas	23.884	26.303	-9,2	1,07	1,00	7,0
Berenjenas	30.818	29.973	2,8	0,78	1,02	-23,5
Calabazas	47.765	46.535	2,6	0,71	0,85	-16,5
Calabacines	15.012	12.878	16,6	0,67	0,66	1,5
Cebollas	147.048	151.871	-3,2	0,43	0,48	-10,4
Coles	40.881	42.334	-3,4	0,50	0,58	-13,8
Coliflores	35.915	37.369	-3,9	1,01	1,11	-9,0
Champiñones y setas	35.281	33.487	5,4	2,56	2,44	4,9
Espárragos	10.876	7.220	50,6	3,20	3,07	4,2
Judías verdes	51.514	48.180	6,9	1,94	2,07	-6,3
Lechugas	163.682	159.917	2,4	0,49	0,50	-2,0
Pepinos	35.591	38.449	-7,4	0,72	0,76	-5,3
Pimientos	126.010	124.517	1,2	1,10	1,17	-6,0
Puerros	32.073	32.654	-1,8	0,75	1,01	-25,7
Tomates	362.928	353.283	2,7	1,03	0,90	14,4
Zanahorias	98.991	85.815	15,4	0,51	0,60	-15,0
Resto hortalizas	175.954	171.861	2,4	0,86	0,84	2,4
Total hortalizas	1.470.570	1.441.897	2,0	0,90	0,90	0,0
Patatas	2014	2013	% 14/13	2014	2013	% 14/13
	622.216	647.036	-3,8	0,32	0,53	-39,6
Total frutas y hortalizas	4.424.258	4.362.499	1,4	0,92	0,99	-7,1

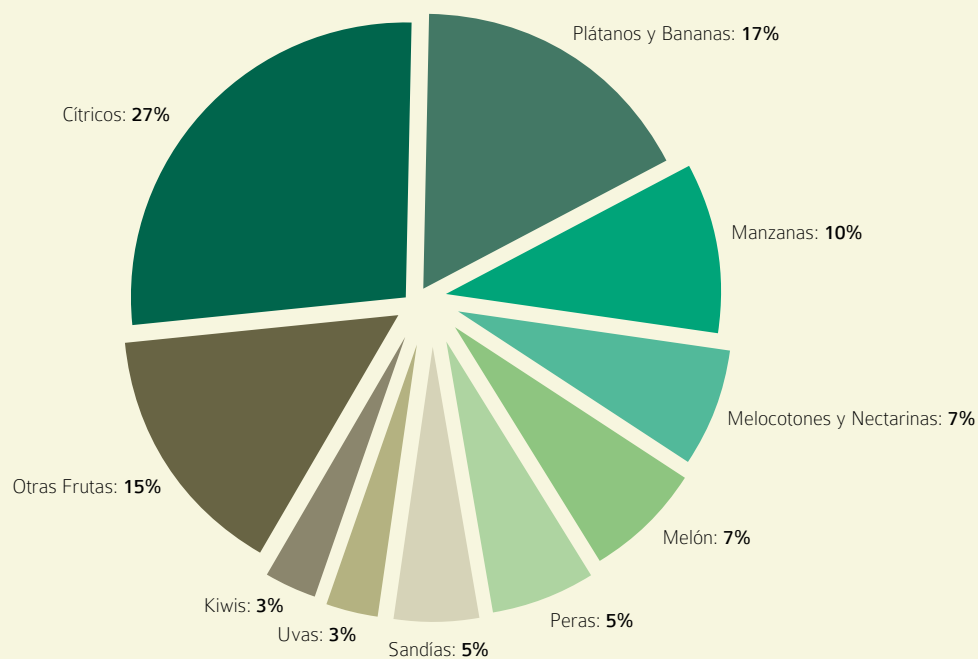
FRUTAS Y HORTALIZAS COMERCIALIZADAS POR LOS PRODUCTORES / 2014

MERCAS	TONELADAS	% S/TOTAL
Mercalicante	953	0,9
Mercasturias	282	0,3
Mercabadajoz	1.789	1,6
Mercabarna	22.936	20,7
Mercabilbao	237	0,2
Mercacórdoba	37	0,0
Mercairuña	160	0,1
Mercalaspalmas	5.991	5,4
Mercaleón	935	0,8
Mercamurcia	543	0,5
Mercapalma	3.701	3,3
Mercasalamanca	497	0,4
Mercasantander	401	0,4
Mercatenerife	28.659	25,9
Mercavalencia	40.521	36,6
Mercazaragoza	2.939	2,7
Total	110.581	100,0

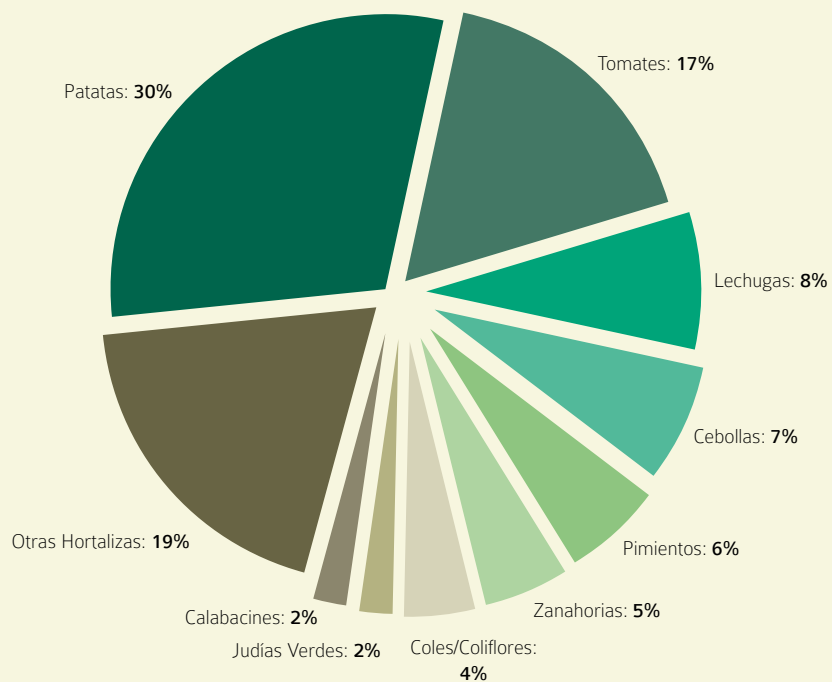
> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS/2014 (PORCENTAJES)

FRUTAS



HORTALIZAS Y PATATAS



> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS / 2014

MERCAS	TONELADAS	% S/TOTAL
Mercalgeciras	2.092	0,5
Mercabadajoz	768	0,2
Mercabarna	71.583	15,8
Mercabilbao	27.662	6,1
Mercacórdoba	6.473	1,4
Mercagalicia	222	0,0
Mercagranada	8.906	2,0
Mercairuña	3.680	0,8
Mercajerez	295	0,1
Mercalaspalmas	2.740	0,6
Mercaleón	1.181	0,3
Mercamadrid	135.490	29,9
Mercamálaga	40.630	9,0
Mercamurcia	1.778	0,4
Mercapalma	9.628	2,1
Mercasalamanca	1.341	0,3
Mercasevilla	18.374	4,1
Mercavalencia	101.047	22,3
Mercazaragoza	19.377	4,3
Total	453.267	100,0

EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS (TONELADAS)

MERCAS	2010	2011	2012	2013	2014
Mercalgeciras	3.170	3.216	2.161	1.947	2.092
Mercabadajoz	854	1.063	890	832	768
Mercabarna	81.385	82.543	76.732	73.350	71.583
Mercabilbao	30.499	29.727	28.869	27.501	27.662
Mercacórdoba	6.561	6.493	6.499	6.507	6.473
Mercagalicia	-	-	-	-	222
Mercagranada	11.238	10.909	10.325	9.919	8.906
Mercairuña	3.370	3.608	3.471	3.488	3.680
Mercajerez	310	287	326	297	295
Mercalaspalmas	5.359	3.739	2.463	2.750	2.740
Mercaleón	1.390	1.311	1.381	1.373	1.181
Mercamadrid	143.327	118.864	138.337	141.547	135.490
Mercamálaga	44.078	43.320	42.920	42.579	40.630
Mercamurcia	3.024	2.329	2.149	1.758	1.778
Mercapalma	7.085	7.113	7.829	9.301	9.628
Mercasalamanca	2.433	2.495	2.324	1.900	1.341
Mercasevilla	22.662	21.734	20.081	19.083	18.374
Mercavalencia	92.843	96.408	100.112	103.783	101.047
Mercazaragoza	24.463	24.128	23.518	21.414	19.377
Total	484.051	459.287	470.387	469.329	453.267

> RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PRODUCTOS PESQUEROS (Euros/Kg.)

Mercas	2010	2011	2012	2013	2014
Mercalgeciras	5,20	5,32	5,53	5,10	5,29
Mercabadajoz	4,94	4,72	4,75	4,80	4,88
Mercabarna	5,99	6,07	5,87	5,99	6,51
Mercabilbao	5,41	5,61	5,61	5,89	5,90
Mercacórdoba	3,48	3,52	3,58	3,54	3,76
Mercagranada	4,35	4,50	4,67	4,92	5,60
Mercairuña	6,66	6,66	6,55	6,93	6,61
Mercajerez	4,33	4,27	4,55	4,27	4,44
Mercalaspalmas	5,46	5,62	5,91	6,12	6,31
Mercaleón	6,27	6,42	6,22	6,47	6,70
Mercamadrid	6,58	6,91	6,76	6,42	6,62
Mercamálaga	6,16	6,34	5,11	4,66	4,72
Mercamurcia	5,42	7,35	7,62	6,17	6,52
Mercasalamanca	5,19	5,26	5,46	5,58	5,59
Mercasevilla	3,58	3,84	3,88	4,00	4,47
Mercavalencia	5,94	5,83	5,95	5,94	5,93
Mercazaragoza	6,58	6,80	6,51	6,58	5,84
Total	5,96	6,08	5,90	5,84	6,02

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS / 2014

MERCAS	PESCADO FRESCO		MARISCO FRESCO		TOTAL FRESCO	
	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%
Mercalgeciras	1.305	0,5	448	0,6	1.753	0,5
Mercabadajoz	614	0,2	95	0,1	709	0,2
Mercabarna	40.540	15,8	20.664	26,1	61.204	18,2
Mercabilbao	16.944	6,6	5.529	7,0	22.473	6,7
Mercacórdoba	4.355	1,7	1.182	1,5	5.537	1,6
Mercagalicia	-	-	222	0,3	222	0,1
Mercagranada	5.631	2,2	2.264	2,9	7.895	2,3
Mercairuña	3.017	1,2	388	0,5	3.405	1,0
Mercajerez	194	0,1	101	0,1	295	0,1
Mercalaspalmas	49	0,0	5	0,0	54	0,0
Mercaleón	924	0,4	253	0,3	1.177	0,3
Mercamadrid	75.769	29,5	15.367	19,4	91.136	27,1
Mercamálaga	33.994	13,2	2.266	2,9	36.260	10,8
Mercamurcia	64	0,0	30	0,0	94	0,0
Mercapalma	4.423	1,7	2415	3,0	6.838	2,0
Mercasalamanca	1.124	0,4	213	0,3	1.337	0,4
Mercasevilla	11.586	4,5	2.267	2,9	13.853	4,1
Mercavalencia	42.315	16,5	23.646	29,8	65.961	19,6
Mercazaragoza	14.322	5,6	1.928	2,4	16.250	4,8
Total	257.170	100,0	79.283	100,0	336.453	100,0

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS / 2014

MERCAS	PESCADO CONGELADO		MARISCO CONGELADO		PREC. Y ELABORADOS DE		TOTAL CONGELADO		TOTAL PESCADOS	
	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%
Mercalgeciras	180	0,4	159	0,3	-	-	339	0,3	2.092	0,5
Mercabadajoz	20	0,0	39	0,1	-	-	59	0,1	768	0,2
Mercabarna	2.434	5,1	7.189	13,2	756	5,3	10.379	8,9	71.583	15,8
Mercabilbao	2.511	5,2	2.672	4,9	6	0,0	5.189	4,4	27.662	6,1
Mercacórdoba	406	0,8	524	1,0	7	0,0	937	0,8	6.474	1,4
Mercagalicia	-	-	-	-	-	-	-	-	222	0,0
Mercagranada	421	0,9	590	1,1	-	-	1.011	0,9	8.906	2,0
Mercairuña	240	0,5	28	0,1	7	0,0	275	0,2	3.680	0,8
Mercajerez	-	-	-	-	-	-	-	-	295	0,1
Mercalaspalmas	1.497	3,1	1.189	2,2	-	-	2.686	2,3	2.740	0,6
Mercaleón	-	-	-	-	4	0,0	4	0,0	1.181	0,3
Mercamadrid	15.466	32,2	16.741	30,7	12.147	85,8	44.354	38,0	135.490	29,9
Mercamálaga	2.819	5,9	1.551	2,8	-	-	4.370	3,7	40.630	9,0
Mercamurcia	808	1,7	876	1,6	-	-	1.684	1,4	1.778	0,4
Mercapalma	622	1,3	2.083	3,8	85		2.790	2,4	9.628	2,1
Mercasalamanca	3	0,0	1	0,0	-	-	4	0,0	1.341	0,3
Mercasevilla	1.162	2,4	3.227	5,9	132	0,9	4.521	3,9	18.374	4,1
Mercavalencia	17.211	35,8	17.508	32,1	367	2,6	35.086	30,0	101.047	22,3
Mercazaragoza	2.295	4,8	184	0,3	647	4,6	3.126	2,7	19.376	4,3
Total	48.095	100,0	54.561	100,0	14.158	99,4	116.814	100,0	453.267	100,0

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE PESCADO FRESCO

PESCADO FRESCO	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euro/Kilo)		
	2014	2013	%14/13	2014	2013	%14/13
Atún	8.890	6.763	31,5	10,21	9,84	3,8
Bacaladilla	14.109	15.728	-10,3	2,01	1,80	11,7
Bacalao	5.455	4.227	29,1	5,94	5,86	1,4
Bonito	3.127	2.949	6,0	5,32	5,97	-10,9
Boquerón	31.741	32.005	-0,8	3,49	3,62	-3,6
Caballa o verdel	4.669	4.425	5,5	2,27	2,46	-7,7
Cazón	713	681	4,7	4,12	4,00	3,0
Congrio	1.787	1.831	-2,4	4,62	4,55	1,5
Dorada	13.117	11.132	17,8	6,33	5,68	11,4
Emperador/Pez Espada	5.552	5.497	1,0	13,09	13,29	-1,5
Gallo	7.135	7.388	-3,4	6,23	5,79	7,6
Jurel o Chicharro	8.968	9.368	-4,3	2,36	2,31	2,2
Lenguado	4.105	4.465	-8,1	13,75	12,87	6,8
Lubina	9.562	8.085	18,3	7,65	7,39	3,5
Merluza	34.231	28.260	21,1	6,40	6,19	3,4
Pescadilla	17.245	19.481	-11,5	4,72	4,07	16,0
Perca	2.279	2.338	-2,5	6,79	6,14	10,6
Rape	9.105	9.123	-0,2	11,03	10,45	5,6
Rodaballo	2.565	2.841	-9,7	10,10	10,53	-4,1
Salmón	22.564	17.829	26,6	5,92	6,14	-3,6
Salmonete	2.807	2.453	14,4	6,86	6,65	3,2
Sardina	20.561	20.886	-1,6	2,98	2,90	2,8
Trucha	3.311	3.513	-5,8	3,28	3,28	0,0
Resto pescado fresco	23.572	25.919	-9,1	6,13	5,98	2,5
Total pescado fresco	257.170	247.187	4,0	5,69	5,42	5,0



> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE MARISCO FRESCO / MOLUSCOS / CEFALÓPODOS

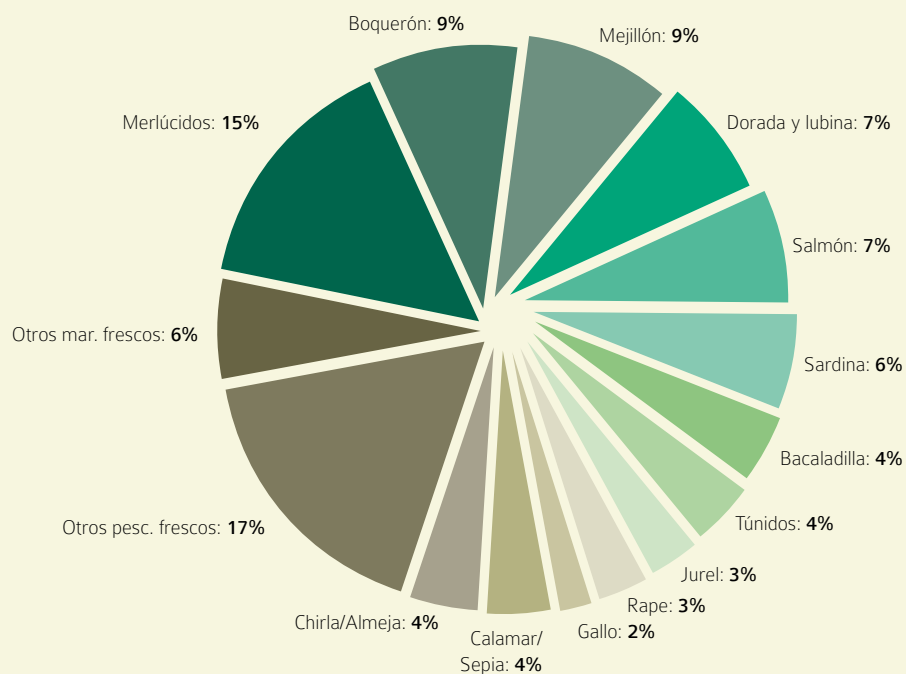
MARISCO FRESCO	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euro/Kilo)		
	2014	2013	%14/13	2014	2013	%14/13
Almejas	6.509	6.349	2,5	9,09	8,86	2,6
Berberecho	1.062	1.115	-4,8	7,00	7,02	-0,3
Calamar	7.735	6.501	19,0	8,41	8,85	-5,0
Cangrejos	946	988	-4,3	3,31	5,39	-38,6
Chirlas	6.673	6.881	-3,0	4,30	3,58	20,1
Cigalas	1.768	1.760	0,5	21,26	21,36	-0,5
Gambas	3.480	3.170	9,8	19,75	16,07	22,9
Jibia o sepia	5.778	6.008	-3,8	7,22	6,72	7,4
Langostino	853	853	0,0	15,95	17,98	-11,3
Mejillón	31.518	30.648	2,8	1,60	1,51	6,0
Nécora	926	909	1,9	13,99	12,03	16,3
Pulpo	2.856	2.964	-3,6	8,83	8,92	-1,0
Resto marisco fresco	9.179	9.444	-2,8	9,17	9,36	-2,0
Total marisco fresco	79.283	77.590	2,2	6,28	6,03	4,1

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS

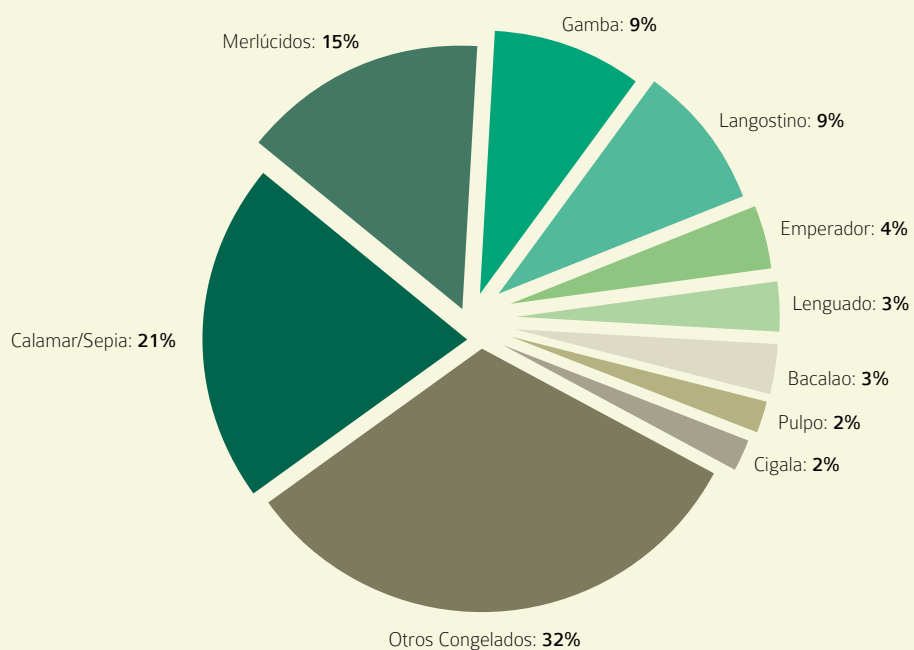
CONGELADOS	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euro/Kilo)		
	2014	2013	%14/13	2014	2013	%14/13
Emperador/pez espada	2014	2013	%14/13	2014	2013	%14/13
Lenguado	5.024	5.163	-2,7	6,34	5,83	8,7
Merluza	3.770	4.219	-10,6	7,72	7,59	1,7
Pescadilla	12.297	13.784	-10,8	4,74	4,28	10,7
Calamar	5.407	5.188	4,2	2,34	2,55	-8,2
Cigala	16.096	15.093	6,6	4,71	4,65	1,3
Gamba	2.511	2.700	-7,0	10,71	10,07	6,4
Jibia o sepia	10.378	10.232	1,4	15,71	15,98	-1,7
Langostino	8.096	8.423	-3,9	4,76	4,68	1,7
Pulpo	10.246	11.322	-9,5	10,50	10,36	1,4
Volador o pota	2.904	3.142	-7,6	8,20	7,69	6,6
Resto pescado cong.	1.110	1.110	0,0	3,08	3,53	-12,7
Resto marisco cong.	21.597	38.614	-44,1	5,21	5,16	1,0
Resto congelados	3.220	3.563	-9,6	13,09	12,83	2,0
Total congelados	14.158	12.698	11,5	3,55	3,53	0,6
Total prod. pesqueros	453.267	460.028	-1,5	6,03	5,84	3,3

> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS / 2014



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS / 2014



> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE CARNES MATADEROS Y MERCADOS DE CARNES⁽¹⁾ (TONELADAS)

MERCAS	RESTO		OVINO		PORCINO		VACUNO		TOTAL	
	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%
Mercabarna	483	0,6	3.683	27,7	-	-	16.504	25,7	20.670	6,4
Mercamurcia	-	-	1.023	7,7	6.305	4,0	7.057	11,0	14.385	4,5
Mercapalma	8.032	9,3	134	1,0	3.068	1,9	2.467	3,8	13.701	4,3
Mercavalencia	-	-	509	3,8	58.958	37,4	1.735	2,7	61.202	19,0
Mercazaragoza	13.955	16,1	4.604	34,6	20.703	13,1	8.884	13,9	48.146	15,0
M.Carnes Mercalaspalmas	1.606	1,9	23	0,2	2.428	1,5	1.011	1,6	5.068	1,6
M.Carnes Mercamadrid	62.530	72,2	3.316	24,9	66.110	42,0	26.471	41,3	158.427	49,3
Total	86.606	100,0	13.292	100,0	157.572	100,0	64.129	100,0	321.599	100,0

¹ Las instalaciones de producción cárnica de la Red se completan con el matadero de MERCASEVILLA, actualmente de gestión y explotación privada.

NÚMERO DE CABEZAS (MATADEROS)

MERCAS	RESTO		OVINO		PORCINO		VACUNO		TOTAL	
	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%	2014	%
Mercabarna	1.966	19,0	296.901	34,1	-	-	66.516	52,8	365.383	18,4
Mercamurcia	-	-	85.229	9,8	66.398	6,8	21.509	17,1	173.136	8,7
Mercapalma	4	0,0	69.146	7,9	43.751	4,5	4.137	3,3	117.038	5,9
Mercavalencia	-	-	45.232	5,2	621.277	63,7	6.869	5,4	673.378	33,9
Mercazaragoza	8.401	81,0	375.261	43,0	244.385	25,0	27.023	21,4	655.070	33,0
Total	10.371	100,0	871.769	100,0	975.811	100,0	126.054	100,0	1.984.005	100,0



> RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES ⁽¹⁾ MATADEROS Y MERCADOS DE CARNES

MERCAS	2009	2010	2011	2012	2013
Mercabarna	27.160	25.865	22.984	21.692	20.670
Mercamurcia	17.405	17.627	16.504	12.823	14.385
Mercapalma	11.000	12.901	13.551	13.096	13.701
Mercavalencia	52.538	55.177	55.310	54.087	61.202
Mercazaragoza	24.520	27.242	46.955	45.266	48.146
M.Carnes Mercalaspalmas	4.123	4.718	4.229	4.486	5.068
M.Carnes Mercamadrid	141.581	124.066	146.987	170.069	158.427
Total	278.327	267.596	306.520	321.519	321.599

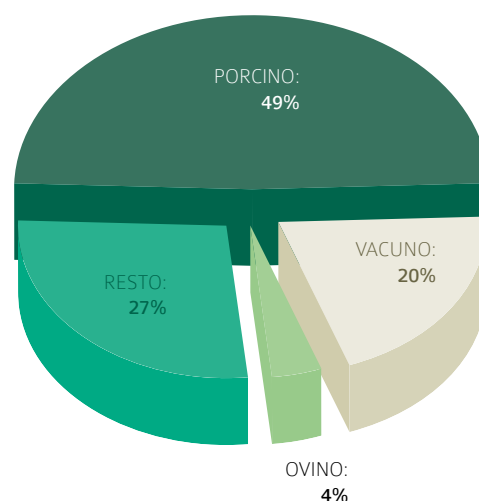
¹ Las instalaciones de producción cárnica de la Red se completan con el matadero de MERCASEVILLA, actualmente de gestión y explotación privada.

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE CARNES

	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euro/Kilo/Canal)		
	2014	2013	% 14/13	2014	2013	% 14/13
Vacuno	64.129	74.324	-13,7	4,06	4,19	-3,1
Porcino	157.572	157.964	-0,2	2,08	2,39	-13,0
Ovino	13.292	13.883	-4,3	6,58	6,51	1,1
Resto	86.606	75.348	14,9	3,43	3,92	-12,5
Total Carnes	321.599	321.519	0,0	3,01	3,32	-9,3

COMERCIALIZACION DE CARNES / 2014

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS



> RED DE MERCAS

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MERCADOS MAYORISTAS Y ZONAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Total frutas y hortalizas, pescados y mariscos, carnes y otros productos de alimentación perecedera en 2014

TOTAL PERECEDEROS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	2.496	11,3
Mercalicante	74.284	96,8
Mercasturias	70.660	89,6
Mercabadajoz	10.222	13,3
Mercabarna	1.879.294	2.652,5
Mercabilbao	242.995	360,4
Mercacordoba	55.899	63,0
Mercagalicia	82.109	81,3
Mercagranada	131.471	142,2
Mercairuña	35.564	55,7
Mercajerez	42.712	37,2
Mercalaspalmas	182.244	200,1
Mercaleon	20.538	37,8
Mercamadrid	1.874.205	3.015,6
Mercamalaga	228.818	473,4
Mercamurcia	102.627	173,0
Mercapalma	211.282	294,0
Mercasalamanca	46.938	45,7
Mercasantander	31.178	31,3
Mercasevilla	298.904	436,7
Mercatenerife	93.254	94,7
Mercavalencia	425.070	969,9
Mercazaragoza	139.538	342,1
Total	6.282.298	9.717,5

> RED DE MERCAS

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MERCADOS MAYORISTAS Y ZONAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Frutas, hortalizas y patatas en 2014

FRUTAS Y HORTALIZAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	427	0,3
Mercalicante	68.678	76,5
Mercasturias	67.673	71,6
Mercabadajoz	9.249	8,6
Mercabarna	1.640.794	1.314,9
Mercabilbao	215.058	195,6
Mercacordoba	49.166	37,8
Mercagalicia	81.882	74,8
Mercagranada	122.565	92,3
Mercairuña	31.865	31,2
Mercajerez	39.417	26,2
Mercalaspalmas	174.435	168,1
Mercaleon	15.018	16,1
Mercamadrid	1.474.129	1.434,7
Mercamalaga	147.851	152,0
Mercamurcia	79.215	72,3
Mercapalma	184.868	180,9
Mercasalamanca	45.597	38,2
Mercasantander	31.178	31,3
Mercasevilla	227.699	212,3
Mercatenerife	93.254	94,7
Mercavalencia	254.875	203,3
Mercazaragoza	69.477	57,7
Total	5.124.368	4.591,1

> RED DE MERCAS

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MERCADOS MAYORISTAS Y ZONAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Pescados y mariscos en 2014

PESCADOS	TONELADAS	NIILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	2.069	10,9
Mercalicante	775	4,7
Mercasturias	2.987	18,0
Mercabadajoz	768	3,7
Mercabarna	177.009	1.152,3
Mercabilbao	27.937	164,8
Mercacordoba	6.461	24,3
Mercagalicia	227	6,5
Mercagranada	8.906	49,9
Mercairuña	3.699	24,4
Mercajerez	295	1,3
Mercalaspalmas	2.740	17,3
Mercaleon	1.171	7,8
Mercamadrid	135.493	897,0
Mercamalaga	39.907	188,4
Mercamurcia	8.654	56,4
Mercapalma (M. Peix)	9.878	59,6
Mercasalamanca	1.341	7,5
Mercasevilla	18.359	82,1
Mercavalencia	108.453	643,1
Mercazaragoza	19.377	113,2
Total	576.505	3.533,3



> RED DE MERCAS

VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MERCADOS
MAYORISTAS Y ZONAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Carnes en 2014

CARNES	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Matadero Mercabarna	36.917	154,3
Matadero Mercamurcia	14.758	44,3
Matadero Mercavalencia	61.742	123,5
Matadero Mercazaragoza	49.570	168,5
Mercado de Carnes Mercalaspalmas	5.068	14,7
Mercado de Carnes Mercamadrid	158.422	513,3
Inst. Cárnicas en ZAC Mercalicante	4.831	15,7
Inst. Cárnicas en ZAC Mercabadajoz	205	1,0
Inst. Cárnicas en ZAC Mercacórdoba	272	0,9
Inst. Cárnicas en ZAC Mercajerez	3.000	9,7
Inst. Cárnicas en ZAC Mercaleón	4.198	13,6
Inst. Cárnicas en ZAC Mercamálaga	41.060	133,0
Inst. Cárnicas en ZAC Mercapalma (Mat.gestión privada)	16.536	53,6
Inst. Cárnicas en ZAC Mercasevilla (Mat.gestión privada)	36.654	118,8
Total	433.233	1.364,9

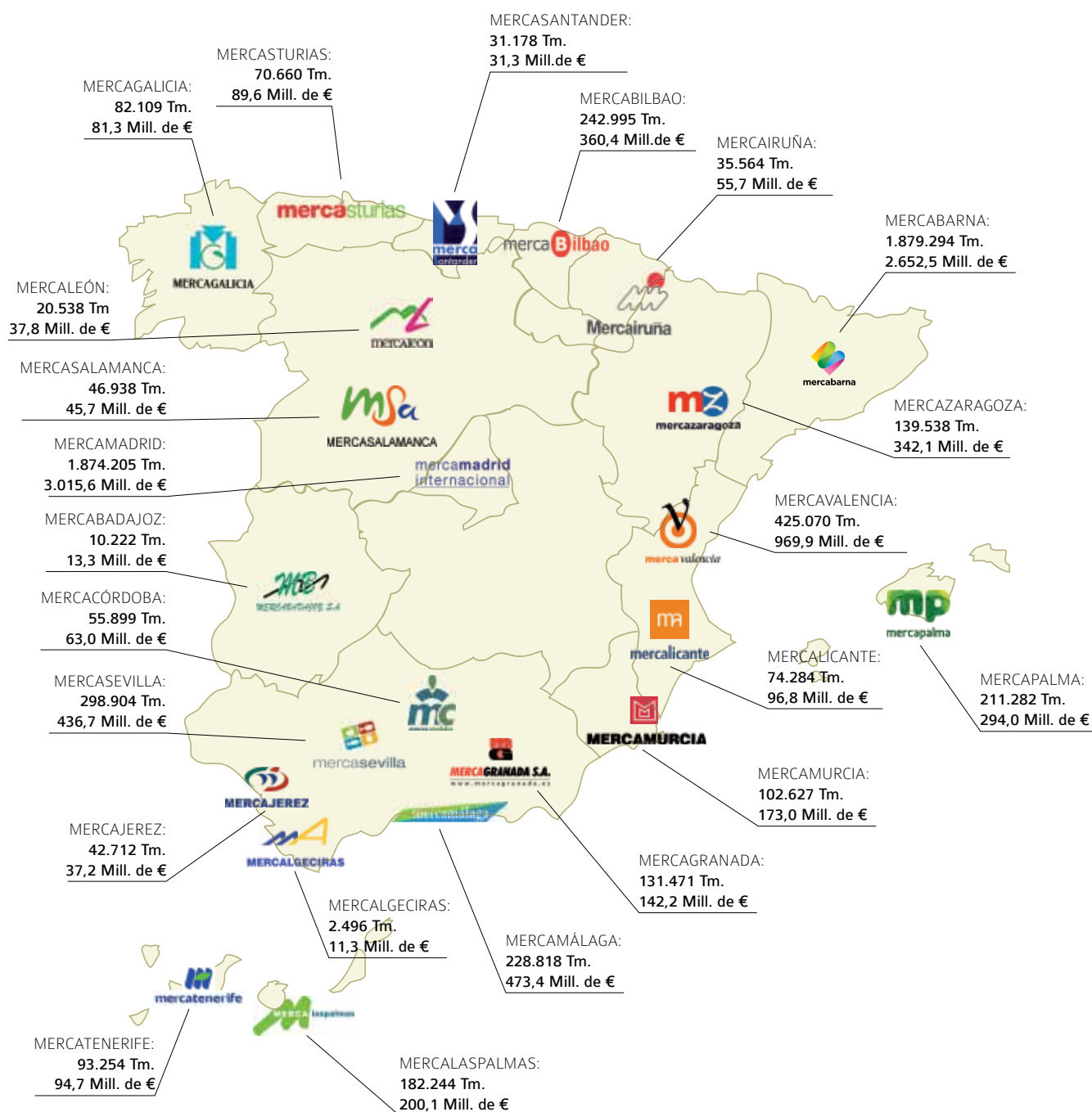


> RED DE MERCAS

COMERCIALIZACION TOTAL

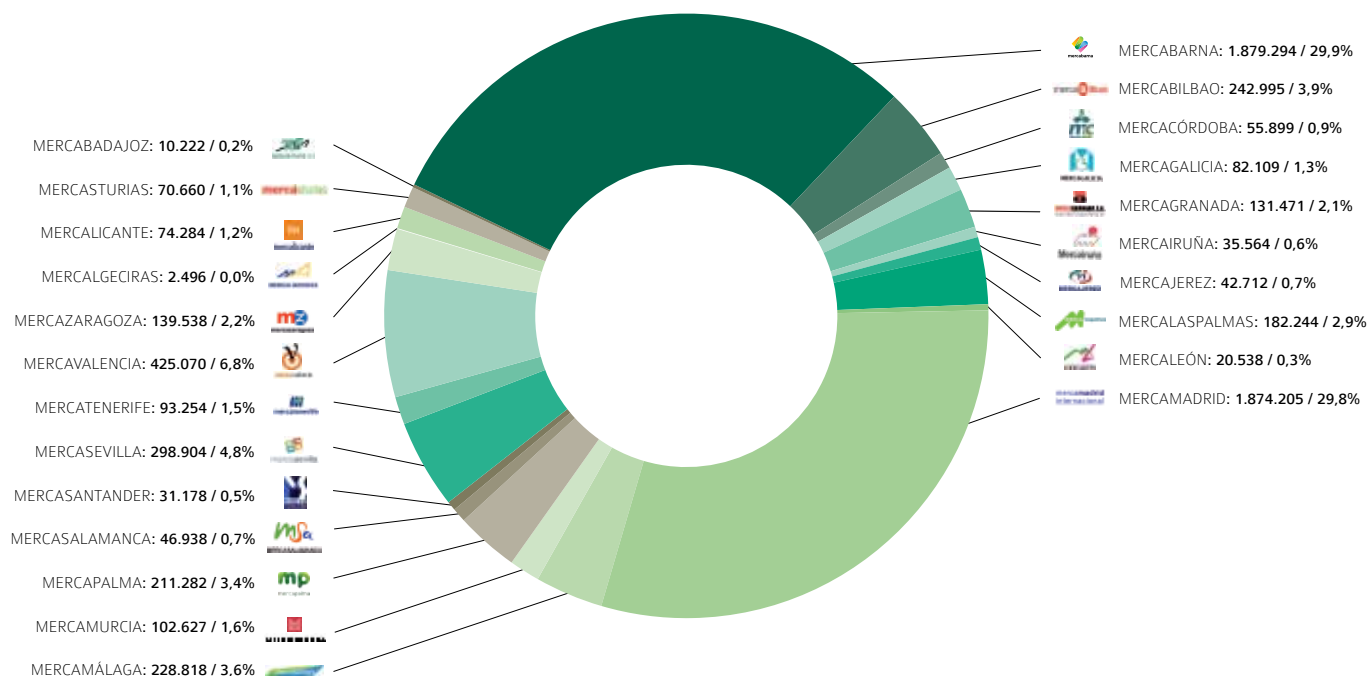
VOLUMEN TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN: 6.282.298 TM

VALOR TOTAL DE LA COMERCIALIZACIÓN: 9.717,5 MILLONES DE €

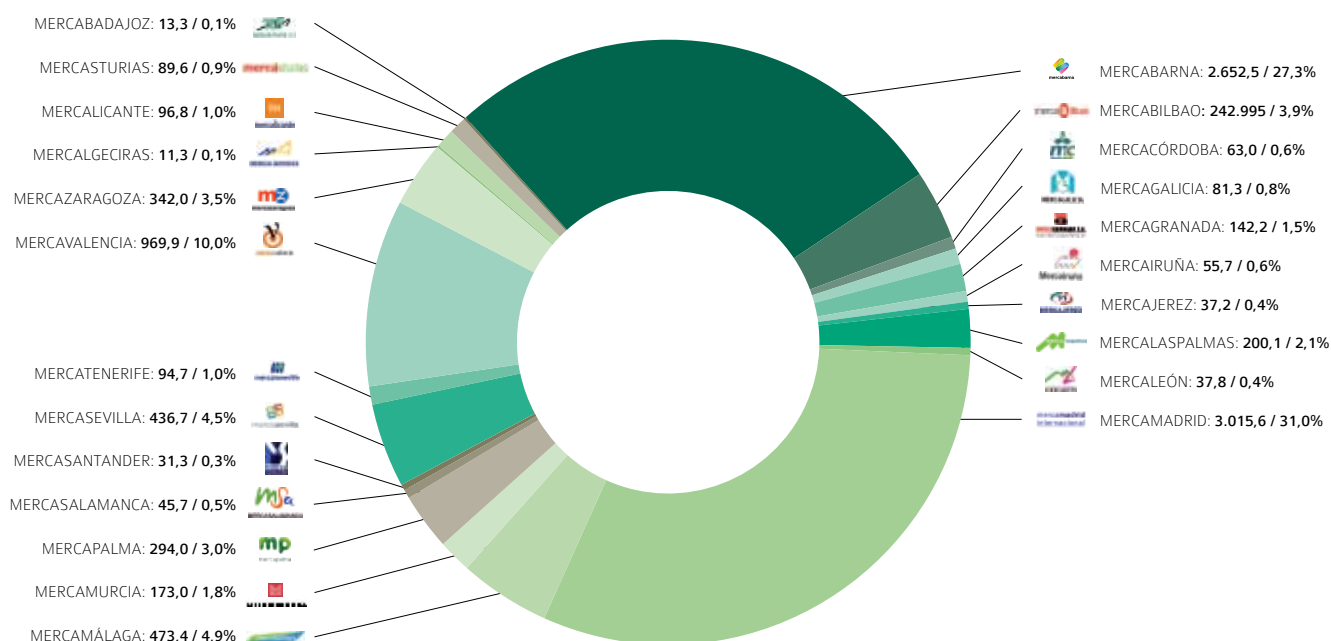


> RED DE MERCAS

VOLUMEN TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN 6.282.298 TONELADAS.



VALOR TOTAL DE LA COMERCIALIZACIÓN 9.717,5 MILLONES DE EUROS





> RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

- > La red de Centros Comerciales de Mercasa presta servicio público ayudando a la vertebración y a la promoción del comercio minorista de proximidad y a los operadores locales en zonas de nueva expansión, y por otro lado, respondiendo a la demanda de ayuntamientos donde la iniciativa privada es insuficiente o no concurre.

Al finalizar el ejercicio 2014, la red de Centros Comerciales de Mercasa está compuesta por nueve Centros Comerciales. Tres de ellos se explotan en régimen de propiedad: el Centro Comercial Arrecife (Lanzarote), el Centro Comercial Getafe 3 (Getafe, Madrid) y El Centre de la Vila (Barcelona). Otros seis de ellos se explotan en régimen de concesión municipal: el Centro Comercial Los Cipreses (Salamanca), el Centro Comercial La Asunción (Jerez de la Frontera, Cádiz), el Centro Comercial Opción (Gijón, Asturias), el Centro Comercial La Máquina (Ponferrada, León), el Centro Comercial La Plaza de Badajoz (Badajoz) y el Centro Comercial S'Escorxador (Palma de Mallorca). En el curso de 2014 terminó la concesión del Centro Comercial La Plaza de Leganés.

La Superficie Bruta Alquilable de los Centros Comerciales de la Red suma un total superior a los 75.000 m², con un total de 392 locales, además de stands temporales, kioscos y atracciones infantiles, configurando una oferta completa, variada y adecuada a las necesidades de las vecindades donde se sitúan los Centros.

En relación a la oferta comercial, la alimentación, a través de supermercados/hipermercados y tiendas de alimentación fresca, se constituye como la actividad principal, con un 39,38% de la superficie comercial de-

dicada a esa actividad, seguida del ocio y la restauración, con un 20,49%.

Durante el año 2014, la ocupación ha descendido ligeramente respecto a la registrada el año anterior, situándose en un 79,6%, destacando los porcentajes más positivos de Getafe 3, que alcanzó en diciembre de 2014 un 89,1%, y la plena ocupación en La Plaza de Badajoz.

La mayor parte de los Centros Comerciales de la Red de Mercasa tienen un carácter de centro comercial de barrio, debido a su reducida dimensión y al enfoque a los operadores locales. La Asunción, Opción, La Máquina y La Plaza de Badajoz no superan los 5.000 m², y Los Cipreses y S'Escorxador no llegan a los 6.000 m². Por su parte, el Centro Comercial Arrecife se considera de tamaño mediano, al superar los 8.000 m², mientras que de tamaño grande se consideran El Centre de la Vila y Getafe 3, con más de 17.000 y 27.000 m² respectivamente.

INVERSIONES

En todos los Centros Comerciales de la Red de Mercasa se llevan a cabo continuas inversiones, con los objetivos de mantener los Centros acondicio-



nados y actualizados, dando una imagen comercial atractiva y atrayente y que se adapte a las necesidades tanto de los clientes como de los operadores comerciales. Del mismo 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.

A continuación se resumen las inversiones más importantes que se han llevado a cabo en los distintos Centros Comerciales.

GETAFE 3

Las principales inversiones llevadas a cabo durante el año 2014 en el Centro Comercial se han encaminado hacia la modernización, actualización y adaptación a la normativa vigente de instalaciones, entre las que destacan: proyecto para la sustitución de dos cuadros eléctricos de baja tensión; reparaciones, tanto de los defectos en uno de los transformadores de alta tensión, como en las zonas de la red general de saneamiento y colectores; y sustituciones del compresor de unidad de climatización, del sistema de iluminación de luminarias actual por elementos led, y de cerraduras antipánico en las puertas de emergencia.

LA PLAZA DE BADAJOZ

Como medida para buscar una mayor eficiencia energética y el ahorro correspondiente, se han colocado

relojes temporizadores en zonas comunes, servicios e iluminación interior. Además, se ha llevado a cabo la reorganización del Mobiliario fijo del Centro Comercial, para el mejor paso de mercancías y personas.

Por otro lado, se produjo la ampliación y remodelación del supermercado, locomotora del Centro Comercial, con un incremento en superficie del mismo en casi 130 m².

EL CENTRE DE LA VILA

Durante el año 2014 se han realizado las siguientes actuaciones: la instalación de dos bombas verticales; la reparación de bomba para aguas fecales de pozos; se han instalado dos máquinas de aire acondicionado roof-tops; cinco puestos de control para la instalación contraincendios en las plantas -2 y -3; suministro de una puerta automática en la planta -3; y pequeñas inversiones varias en el Centro Comercial.

LA MÁQUINA

Durante 2014 se ha llevado a cabo la instalación de una centralita de alarma de incendios, así como un cambio de papeleras, tanto en el exterior como en el interior del Centro.

OPCIÓN

Se ha procedido al cambio del antiguo sistema de iluminación de focos halógenos por un nuevo siste-

ma de focos led. Asimismo, se ha procedido al pintado de las vigas en el aparcamiento, así como de la fachada de todo el Centro Comercial.

ARRECIFE

A los efectos de mejorar la funcionalidad, las oficinas de gerencia han sido trasladadas desde el edificio donde se ubican los locales exteriores al propio Centro Comercial, en el cual se ha tenido que realizar obras de adecuación en uno de los locales, mediante su división en dos.

Con el fin de conseguir mayor ahorro y eficiencia energética, se procedió a la instalación de baterías de condensadores. Asimismo, siguiendo la línea de mejoras proyectadas en las instalaciones del centro, se mejoraron las instalaciones de climatización.

LOS CIPRESES

En 2014 no se han realizado inversiones, a la espera de la finalización de las negociaciones con el Ayuntamiento de Salamanca para prorrogar la concesión hasta 2039 y con una empresa de distribución, para su incorporación al Centro, que permitirán que a lo largo de 2015 se acometa una importante inversión para la remodelación del actual edificio, que incluirá modernización de equipamientos, y un incremento tanto en superficie comercial como de aparcamiento en superficie.

S'ESCORNADOR

Aun cuando no se han realizado inversiones en 2014, cabe destacar que, durante el último trimestre del año, se han mantenido contactos avanzados para incorporar un nuevo operador en el Centro Comercial, en el Local Edificio C-2. La actividad a instalar, única en las Islas Baleares, consistirá en la implantación de

un Mercado Gastronómico Gourmet, lo que conllevará la restructuración y rehabilitación completa de todas las instalaciones interiores del Edificio C-2, con una muy importante inversión prevista.

ACCIONES PROMOCIONALES

Los Centros Comerciales de la Red Mercasa llevan a cabo habitualmente campañas promocionales en fechas señaladas como Navidad, San Valentín, Día del Padre, Día de la Madre, etc. Junto a estas, en los Centros Comerciales se han realizado otras campañas de promoción, impulsando la actividad comercial y favoreciendo la afluencia de visitantes. Entre los eventos promocionales, cabe destacar los siguientes:

S'ESCORNADOR

Al objeto de dinamizar la vida del centro, atraer a nuevos clientes y fidelizar a los usuarios del mismo, se han organizado varios eventos en el centro, destacando como acto de gran repercusión mediática, la celebración del evento cinematográfico, de referencia en las Islas Baleares, 03 Maremostra Palma Internacional Film Festival, en el Cine Ciutat de S'Escornador, celebrado del 26 al 31 de Mayo, y que contó con la presencia de actores y directores de cine de prestigio nacional e internacional, que aportaron gran asistencia de público al Centro. El festival contó con amplia cobertura de medios de comunicación, prensa, radio y cadenas de televisión como TVE, IB3 y Canal + que realizó cobertura en directo con unidad móvil. Además, incluyó diversas actividades como una master class para niños, ofrecida por el actor y director Paco León, sesiones nocturnas de cine, etc.

Del mismo modo, durante los meses de verano, se han organizado varios conciertos y actuaciones en directo.

> En relación a la oferta comercial, la alimentación, a través de **supermercados/hipermercados y tiendas de alimentación fresca**, se constituye como la actividad principal

GETAFE 3

A lo largo del año, se han hecho distintas campañas publicitarias, entre las que se encuentran las campañas publicitarias de Carnaval y el día de San Valentín, campaña del Día del Padre y de la Madre, Terrazas de Verano, 29 Aniversario, Animaciones infantiles, Evento Nintendo y la campaña de Navidad.

Adicionalmente, se ha llevado a cabo una colaboración institucional con el Ayuntamiento de Getafe, a través de su Delegación de Deportes, como patrocinador de la "Fiesta de la Bici", "III Duatlón", y a través de su Delegación de Cultura en "Fiestas de Sector III" y "Carroza de Reyes Magos".

Por otro lado, se ha procedido a la actualización de la página web y aplicación de nuevas estrategias de marketing y comunicación online para mejorar su diseño y posicionamiento en las redes sociales e internet.

ARRECIFE

Además de las campañas de días de San Valentín, del Día del Padre, del Día de la Madre y de Navidad, en febrero se celebraron los Carnavales con

una fiesta de disfraces y mascotas. También se realizaron diferentes actividades en el día de Canarias, destacando la plantación de cactus realizadas por niños en los jardines del Centro. Durante el verano, se llevó a cabo la promoción "Para que te sobre", con sorteo de regalos.

OPCIÓN

Además de las campañas promocionales en fechas tradicionales, durante la Navidad se instaló una feria infantil con camas elásticas, hinchables y juegos infantiles. Durante el carnaval se ha realizado una fiesta, repartiendo chocolate gratis para todos los niños que vinieran disfrazados.

LA MÁQUINA

También como adicional a las campañas habituales, durante el periodo navideño se montó una ludoteca durante las tardes. Del mismo modo, se organizaron distintas actividades con Papa Noel y los Reyes Magos.

LA PLAZA DE BADAJOZ

Como campañas adicionales a las realizadas en las fechas ya habituales, merece destacarse las



> RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

PERSONAL EMPLEADO / 2014

CENTROS COMERCIALES	LOCALES	SUBCON- TRATAS	MERCASA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Arrecife (Canarias)	64	9	1	74	24	50	74
Asunción (Jerez)	47	2	1	50	16	34	50
Centre de la Vila (Barcelona)	198	18	4	220	97	123	220
Los Cipreses (Salamanca)	34	5	0	39	18	21	39
Escorxador (Mallorca)	125	8	1	134	55	79	134
Getafe (Madrid)	525	28	4	557	214	343	557
La Máquina (Ponferrada)	12	4	1	17	5	12	17
Opción (Asturias)	31	5	1	37	12	25	37
La Plaza (Badajoz)	38	2	2	42	22	20	42
TOTAL	1.074	81	15	1.170	463	707	1.170
%	91,79%	6,92%	1,28%	100%	40%	60%	100%

NOTA: Información facilitada por la Gerencia de los C.C.

llevadas a cabo en Navidad, la Feria de Badajoz y el Aniversario del Centro.

LA ASUNCIÓN

Durante la última mitad del año se ha promocionado el Centro en la televisión local con reportajes de los comercios instalados.

LICITACIONES CONJUNTAS

Uno de los objetivos de Mercasa es la eficaz comercialización de los espacios y locales disponibles de toda la Red de Centros Comerciales. Para ello, durante 2014 se llevó a cabo una licitación pública para la contratación de los servicios de comercialización de dichos espacios y locales libres, sin perjuicio de la dedicación y labor que siga desempeñando Mercasa y su personal encargado de la gestión de los Centros.

Asimismo, con el fin de mantener las instalaciones, dependencias, locales libres y áreas comunes de la Red de Centros Comerciales de Mercasa en condiciones óptimas de salubridad, limpieza y estética, a lo largo del año 2014 se efectuó una licitación pública para la contratación de los servicios integrados de limpieza, hi-

giene industrial, control de plagas, jardinería y suministros higiénicos durante los próximos dos años.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

Los Centros Comerciales de Mercasa mantienen una estrecha colaboración con los Ayuntamientos respectivos en el fomento del reciclado. Mercasa facilita en sus Centros espacios para instalar contenedores de reciclaje y puntos de recogida de vidrio, pilas, aceite y ropa, promoviendo una concienciación medioambiental de la población.

Por otra parte, se colabora con distintas ONG como la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) o Cruz Roja, a través de la cesión de espacios y de distintos patrocinios.

En cuanto a la creación de empleo, la actividad de los Centros Comerciales de Mercasa genera más de 1.100 puestos de trabajo, de los que más del 91% se corresponden con personal empleado por los operadores y comerciales instalados en los Centros. Del total de los trabajadores, el 60% son mujeres y el 40% son hombres. ◀

> RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

MEZCLA COMERCIAL / 2014

DATOS DEL CENTRO				ACTIVIDADES								
NOMBRE	SITUACIÓN	SUP m²	UDS	HSM		ALM		MYC		HBE		
ARRECIFE	Arrecife - Lanzarote	8.061	73	2.813,00	1	170,56	5	806,05	8	-	-	
LA ASUNCIÓN	Jerez de la F. - Cádiz	2.290	32	1.318,60	1	140,21	5	76,68	4	-	-	
LOS CIPRESES	Salamanca	5.805	28	-	-	56,24	2	-	-	-	-	
S' ESCORXADOR	Palma de Mallorca	5.978	33	985,00	1	94,00	2	-	-	-	-	
GETAFE-3	Getafe - Madrid	27.339	87	15.502,30	1	905,50	8	223,40	5	60,00	1	
LA MÁQUINA	Ponferrada - León	1.885	17	961,53	1	57,60	2	-	-	-	-	
OPCIÓN	Gijón - Asturias	4.469	20	1.425,00	1	-	-	-	-	-	-	
LA PLAZA-BADAJOS	Badajoz	1.789	16	970,00	3	255,72	2	-	-	-	-	
LA VILA	Barcelona	17.425	86	3.836,84	3	60,73	1	772,24	6	313,65	3	
TOTAL		75.042	392	27.812,27	12	1.740,56	27	1.878,37	23	373,65	4	

CLAVES ACTIVIDAD:

HSM: HIPERMERCADO-SUPERMERCADO

ALM: ALIMENTACIÓN FRESCA

MYC: MODA Y COMPLEMENTOS (ROPA VESTIR, ZAPATERÍA, BOLSOS, ETC...)

HBE: HOGAR, BRICOLAJE, ELECTRODOMÉSTICOS

SVC: SERVICIOS (BANCA, TINTORERÍA, PELUQUERÍA, ETC...)

RYO: RESTAURACIÓN Y OCIO

DIV: DIVERSOS (REGALOS, DISCOS, JUGUETES, ETC...)

	ACTIVIDADES						PROCEDENCIA						OPERADOR					
	SVC		RYO		DIV		INT		NAC		LOC		FRQ		CAD		COI	
	536,20	7	1.229,57	8	181,70	3	-	-	2.813,00	1	2.924,08	31	-	-	2.812,47	1	2.924,08	31
	185,10	6	99,26	1	148,02	4	-	-	1.318,60	1	649,27	20	-	-	1.355,50	3	612,37	18
	207,00	2	439,20	2	-		368,60	1	207,00	2	126,84	3	368,60	1	207,00	2	126,84	3
	2.960,00	5	1.009,00	19	12,00	2	-	-	3.947,00	5	1.113,00	24	10,00	1	2.449,00	7	2.601,00	21
	2.724,00	23	3.929,00	19	1.004,84	14	17.125,70	6	4.455,50	38	2.767,84	27	2.077,00	12	19.404,00	31	2.868,04	28
	3,00	1	249,00	4	11,00	2	-	-	961,53	1	320,60	9	-	-	961,53	1	320,60	9
	51,94	1	165,40	1	1.827,45	4	-	-	1.425,00	1	2044,79	6	-	-	1.425,00	1	2.044,79	6
	174,39	5	370,35	5	18,76	1	1.013,56	4	56,97	1	718,69	11	-	-	1.363,19	7	426,03	9
	1.980,72	23	7.887,68	24	525,69	5	-	-	9.219,95	12	6.157,60	53	309,00	3	8.910,95	9	6.157,60	53
	8.822,35	73	15.378,46	83	3.729,46	35	18.507,86	11	24.404,55	62	16.822,71	184	2.764,60	17	38.888,64	62	18.081,35	178

CLAVES PROCEDENCIA:

INT: INTERNACIONAL
NAC: NACIONAL Ó REGIONAL
LOC: LOCAL

CLAVES OPERADOR:

FRQ: FRANQUICIA
CAD: CADENA
COI: COMERCIO INDEPENDIENTE



> MERCADOS MINORISTAS

MERCADOS MINORISTAS

- > Entre los objetivos estratégicos de Mercasa se encuentra la potenciación de los Mercados Minoristas como canal de distribución de productos frescos, llevándose a cabo fundamentalmente a través de su Programa de Remodelación de Mercados Municipales Minoristas. De forma selectiva y para aquellos proyectos cuya rentabilidad sea elevada, Mercasa se reserva la posibilidad de gestionar la explotación de dichos mercados.

El desarrollo del citado programa lleva asociado el establecimiento y mantenimiento de una estrecha colaboración con ayuntamientos, comunidades autónomas y asociaciones de comerciantes para la modernización de dicho formato comercial, buscando siempre una mayor eficiencia comercial que permita la sostenibilidad del mismo.

A Mercasa le avala una larga experiencia adquirida en la participación en la remodelación de más de 180 mercados en toda España, situándola como empresa líder en la implantación de procesos de transformación y modernización de Mercados Municipales.

Dentro de esta línea de acción, Mercasa forma parte del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2014 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 mediante su recuperación y modernización. En ese sentido, la Secretaría de Estado de Comercio y Mercasa firmaron una Encomienda de Gestión, para la elaboración de estudios técnicos-comerciales de diversos mercados emplazados en diferentes localidades del territorio nacional. Para este ejercicio 2014 se han realizado estudios para el Mercado de Jerez de la Frontera, Mercado Central de Ceuta, Mercado de Las Palmas de Gran Canaria, Mercado de Ávila, Mercado de Salamanca, Mercado de Archena.

En dichos estudios se hace un análisis pormenorizado de la situación actual de los mercados, tanto a nivel puramente arquitectónico y de instalaciones, como a nivel comercial. En base al análisis realizado, se establecen las acciones a realizar tanto de reparaciones y/o reformas de la edificación, como de nuevos planteamientos comerciales a desarrollar, todo ello con el objetivo de conseguir la dinamización y continuidad de su actividad.

De esta forma, con las propuestas realizadas en dichos estudios técnicos-comerciales se establecen las bases de los proyectos de remodelación y modernización integral de los mercados estudiados.

Otras actuaciones realizadas en los Mercados Minoristas han sido las asistencias técnicas prestadas a diversos mercados como continuación de los estudios técnicos-comerciales realizados en años anteriores, entre las que cabe destacar Mercado de Maignón de la ciudad de Badalona (Barcelona), Mercado del Pósito de la Corredera en la ciudad de Córdoba, Mercado de Hadú (Ceuta) y Mercado Central en Lugo.

Además de los proyectos referidos, durante 2014 se han realizado contactos institucionales con los ayuntamientos de Almazora (Castellón), Almonte (Huelva), Archena (Murcia), Ávila, Badalona (Barcelona), Ciudad Autónoma de Melilla, Córdoba, Las Palmas de Gran Canaria, Lugo, Salamanca, Santander y Zaragoza.

Dentro del ámbito de los Proyectos Especiales, durante el año 2014 se han realizado actuaciones en varios proyectos: realización de estudios de viabilidad para optar a la renovación y posterior gestión de Mercados Municipales adjudicados mediante concurso, Explotación de la Lonja de Pescado y los Módulos e Instalaciones Auxiliares del muelle de Levante de la zona de servicio del Puerto de Huelva, y estudios de viabilidad para la construcción y alquiler de naves en Mercasantander y Mercazaragoza, entre otros.

El proyecto de Explotación de la Lonja de Pescado y los Módulos e Instalaciones Auxiliares del muelle de Levante de la zona de servicio del Puerto de Huelva tuvo su origen en la concesión administrativa otorgada por la Autoridad Portuaria de Huelva (APH) a Mercasa en julio de 2013. Durante 2014 se ha realizado el seguimiento del desarrollo de la primera fase del proyecto, consistente en la construcción de la nueva Lonja de Pescado, mediante la constitución de una comisión

de seguimiento integrada por la Dirección Facultativa de la obra, representantes de la APH y representantes de Mercasa. Igualmente se han mantenido reuniones con la APH y el equipo redactor de la segunda fase del proyecto al objeto de definir diversas modificaciones del mismo orientadas a mejorar su adaptación a las necesidades comerciales existentes en la zona.

Los proyectos de construcción y alquiler de nave comercial en Mercasantander y Mercazaragozai, consisten en la obtención de una concesión de derecho de superficie sobre sendas parcelas urbanizadas existentes en cada una de las Mercas, la construcción en cada una ellas de una nave y el alquiler de la misma a un operador.

En ambos proyectos se han seguido dos líneas de actuación: por un lado se han realizado estudios técnicos preliminares al objeto de cuantificar cuál sería la inversión necesaria para la construcción y legalización de la naves según las memorias de calidades aportadas por el operador interesado, y por otro lado, se han mantenido negociaciones cruzadas con el operador interesado y con las gerencias de los mercas, de cara a alcanzar sendos pre-acuerdos de condiciones del alquiler de la nave y de la concesión del derecho de superficie respectivamente. ◀





> ACTIVIDAD INTERNACIONAL

ACTIVIDAD INTERNACIONAL

- > **La actividad internacional de Mercasa se ha intensificado de manera importante, con una demanda creciente, sobre todo de Gobiernos o administraciones municipales de países en desarrollo, que desean conocer la experiencia de Mercasa como referencia para mejorar sus infraestructuras y sus servicios de distribución alimentaria.**

Durante el primer semestre de 2014, Mercasa continuó centrándose en proyectos ya iniciados en ejercicios anteriores (Uruguay y Panamá). En el primer caso, se ha ido realizando los trabajos del Plan Maestro para desarrollar el Parque Agroalimentario de Montevideo; en el segundo caso, se ha puesto en marcha el programa de formación de los comerciantes en los municipios de La Chorrera, David y Chitré.

También en 2014 se han estado realizando labores de promoción en países de América Latina (como, por ejemplo, México, Brasil, Chile, Perú, Guatemala, Colombia y Cuba) así como en países de África (Cabo Verde, Santo Tomé y Príncipe, Costa de Marfil, República del Congo y Marruecos) y de Europa Central y del Este (Rusia, Polonia, Bulgaria, Rumanía, Ucrania) y Asia Central (Georgia, Armenia, Kazajistán), que desean conocer la experiencia de Mercasa como referencia para mejorar sus infraestructuras y sus servicios, sobre todo por parte de los gobiernos y administraciones municipales.

Como consecuencia de las gestiones realizadas en materia de promoción que se iniciaron en Serbia, se ha firmado un memorando de entendimiento (MOU) con el Mercado Mayorista de Veletrznica-Beograd y el Ayuntamiento de Belgrado.

Asimismo, y dentro del conjunto de actividades realizadas en Rusia, se han desarrollado trabajos de consultoría y asistencia técnica para el Mercado Mayorista de Shchyolkovo.

Por otro lado, Mercasa ha realizado varias misiones comerciales en países como Kazajistán y Arabia Saudita/EAU para estudiar las diferentes alternativas y sus implicaciones técnicas, económicas y comerciales respecto a la viabilidad de los proyectos que pudieran llevarse a cabo dentro de la cadena alimentaria de estos países.

Además, en Marruecos, Mercasa ha llevado a cabo labores de asesoramiento técnico in situ de las instalaciones mayoristas de ciudades como Rabat, Casablanca y Meknes para el Ministerio de Agricultura y Pesca alauí. El trabajo consistió en un asesoramiento, validación y recomendaciones en los puntos clave del proyecto, como por ejemplo, viabilidad y modo de funcionamiento tomando en cuenta la situación de oferta/demanda local, apreciación de factores locales en el funcionamiento, factores críticos, y lay-out, entre otros, para la creación de unos mercados similares a los españoles en Rabat, Casablanca y Agadir.

Por otro lado, en Costa de Marfil se ha presentado una propuesta para elaborar los estudios de



viabilidad de diez Mercados Mayoristas distribuidos en Prefecturas de todo el país. Mercasa ha pasado el corte de selección y se encuentra en la short-list final.

Con vistas al año 2015, Mercasa centrará sus esfuerzos de promoción en países del Este y en otros países del área africana y América Latina, tanto en proyectos de mercados mayoristas como de mercados minoristas. ◀

> Con vistas al año 2015, Mercasa centrará sus esfuerzos de promoción en **países del Este y en otros países del área africana y América Latina**, tanto en proyectos de mercados mayoristas como de mercados minoristas

> ACTIVIDADES EN LA UNIÓN MUNDIAL DE MERCADOS MAYORISTAS (WUWM)

Mercasa mantiene una actividad muy intensa en el seno de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM), el organismo internacional que impulsa el intercambio internacional de la información sobre los mercados mayoristas, con el fin de mejorar sus estructuras, diseño, organización y gestión; así como favorecer la asistencia internacional en materia de distribución mayorista alimentaria.

Todo ello justifica que Mercasa otorgue un carácter estratégico a su actividad internacional y considere prioritarios y de máximo interés los contactos con los grandes grupos empresariales o las instituciones públicas responsables de promover los centros de distribución mayorista de productos perecederos, siempre que en cualquier lugar del mundo se preparan proyectos de este tipo.

Esta posición de referencia se ha fortalecido con la elección y nombramiento de Mercasa para la Presidencia de la WUWM, que durará hasta el mes de mayo de 2016.

A lo largo del 2014, Mercasa participó activamente en las conferencias mundiales, celebradas en los meses de mayo en Tesalónica (Grecia) y en septiembre en Londres (Gran Bretaña).

Además, Mercasa interviene en el grupo de trabajo de países de la Unión Europea, constituido en el seno de la WUWM para tratar aspectos de especial interés, como los relativos al ámbito de la normativa y reglamentación de la Unión Europea y a la difusión y fomento de buenas prácticas de gestión de mercados.

Por otro lado, la Unión Mundial de Mercados Minoristas (WUWM), a la que pertenece Mercasa en representación de los Mercados Municipales españoles, ha acordado la organización, de una serie de actividades en varios países, para celebrar la importancia de los mercados para las ciudades y los países a nivel mundial, y poner en valor su papel ante las autoridades y el conjunto de la sociedad.

Este acuerdo se alcanzó en una reunión de la Unión Mundial de Mercados Minoristas, celebrada en Londres en 2014, organizada por la Asociación Nacional de Autoridades de Mercado Británico (NABMA), responsable de la exitosa campaña “Love Your Local Market” (LYLM), desarrollada en Gran Bretaña desde hace ya algunos años.

Entre los principales objetivos de las acciones a desarrollar en 2015 destacan los siguientes:

- Promover la relación entre los mercados de cualquier tipo con la sociedad.
- Promover el perfil general y el papel de los mercados mayoristas y minoristas a nivel nacional, regional y mundial.
- Apoyar la presencia de los Mercados Minoristas (a nivel europeo) ante la Comisión Europea y el resto de autoridades y foros de la Unión Europea.
- Fortalecer la posición de los mercados mayoristas y minoristas en la agenda de gobierno de las organizaciones locales, tanto a nivel nacional y regional (ej. CEMR, Consejo de Municipios y Regiones, UCLG, Ciudades Unidas y Gobiernos locales, etc.)

Asimismo, Mercasa impulsará el desarrollo de las actividades de esta campaña en los mercados minoristas españoles para el año 2015. ◀

> FORMACIÓN EN PROYECTOS INTERNACIONALES

Mercasa cuenta con un Departamento de Estudios que presta soporte profesional y asistencia técnica en el mercado nacional e internacional, especialmente en todos los aspectos relacionados con la promoción, relaciones institucionales e implementación de acciones de formación, un factor clave no sólo para potenciar y fortalecer la puesta en marcha de las distintas estructuras comerciales mayoristas o minoristas, sino también para mejorar la comercialización de los productos perecederos. Las principales actuaciones en este ámbito durante 2014 son las siguientes:

Panamá

En marzo de 2014 se inauguró el Programa de Capacitación por parte de la Secretaría de la Cadena de Frío del Gobierno de Panamá, en el que se imparten materias a los comerciantes de estos mercados como higiene alimentaria, atención al cliente, técnicas de venta, merchandising, gestión empresarial o cómo afrontar el cambio, además de materias específicas de carne, pescado, frutas y hortalizas y artesanos.

Una actividad que se enmarca en la adjudicación a Mercasa de un contrato promovido por el Gobierno de Panamá a través del Programa de Ayuda Nacional (PAN), para la Elaboración de un Programa de Capacitación de los nuevos mercados minoristas de las ciudades de David, Colón, La Chorrera Abastos, La Chorrera Público y Chitré, de 24 meses de duración.

Chile

Dentro del Acuerdo de Cooperación firmado en 2012 entre la Subsecretaría de Pesca de Chile y Mercasa por el que se establecía la colaboración de ambas instituciones en el campo de la distribución alimentaria, en la potenciación del co-

mercio alimentario y en especial en el sector de productos pesqueros, Mercasa fue contratada a principios de año para el asesoramiento en el desarrollo del diseño y conceptualización teórica de una Sala Interactiva de Productos del Mar.

Costa Rica

En septiembre de 2013, se produjo la reactivación del contrato iniciado en 2011 entre la Municipalidad de Alajuela y Mercasa, contando con el apoyo del BID. El alcance incluyó cuatro actuaciones repartidas entre 2013 y 2014, las cuales consistieron en una expedición de técnicos de Mercasa a Alajuela para evaluar a las consultoras externas contratadas por la Municipalidad para la mejora de la gestión de su mercado minorista, la elaboración de un informe de recomendaciones, y la revisión de los trabajos y encuestas de mercado realizadas.

Dentro de esta asistencia técnica también se incluía la participación de Mercasa en el Encuentro Regional organizado por el BID “Los Mercados Municipales como motor de crecimiento económico y dinamización social” que tuvo lugar en mayo, así como la elaboración del Informe Final de los Servicios de Consultoría contratados para la Modernización y Fortalecimiento del Mercado Minorista de Alajuela.

Consorcio Mercasa-Incatema Consulting

República Dominicana

Bajo el contexto de un acuerdo marco de colaboración del con el nuevo Gobierno de República Dominicana (a través de Promefrin), a comien-

zos de 2013 se empezó a desarrollar la II Fase de Asistencia Técnica dirigida a prestar servicios de colaboración en el diseño y desarrollo de actuaciones de formación con el objetivo de capacitar y dar soporte a los técnicos y directivos así como a comerciantes que trabajarán en las futuras infraestructuras de República Dominicana, para la puesta en marcha y posterior gestión de Merca Santo Domingo y tres Mercados Minoristas (Cristo Rey, Villas Agrícolas en Avda. de La Duarte y Villa Consuelo).

Durante 2013 se llevaron a cabo los cursos de formación de ámbito mayorista y minorista, y acto seguido, se inició la asistencia técnica para la puesta en marcha, que continuaría durante 2014, consistente en el desplazamiento de profesionales expertos en gestión de mercados a las instalaciones con el objeto de atender la dinámica diaria y prestar apoyo técnico a los gestores y comerciantes.

Angola

Dentro de la Asistencia Técnica que Mercasa va a prestar al Gobierno de Angola como parte del proyecto relativo al CLOD-Luanda, se ha previsto el desarrollo de un Programa de Capacitación del futuro personal del CLOD que se desarrollará entre los ejercicios 2014 y 2015.

En el año 2014, se ha impartido en Luanda una primera fase de formación, dirigida a identificar a los potenciales futuros Gestores del CLOD Luanda. Esta acción formativa se impartió a un total de 32 alumnos propuestos por el Gobierno de Angola y tuvo una duración de una semana lectiva.

En el año 2015 se prevé continuar con la II Fase de formación consistente en la inmersión en la Red española de Mercas de los alumnos seleccionados para llevar a cabo la gestión del CLOD-Luanda. ◀

> PROYECTOS TÉCNICOS

Mercasa dispone de un Departamento de Proyectos Técnicos, con una amplia experiencia en el diseño, planificación y seguimiento de todo tipo de infraestructuras de equipamientos comerciales mayoristas y minoristas, en España y en todo el mundo. El equipo profesional de Mercasa elabora ofertas y participa en el seguimiento y ejecución de proyectos, tanto si son desarrollados directamente por Mercasa como por el Consorcio Mercasa Incatema Consulting.

Entra las ofertas en los que participó el Departamento de Proyectos Técnicos de Mercasa en 2014, destacan, entre otras, las relativas a mercados mayoristas y/o minoristas de Marruecos, Perú, Colombia, Rusia, Cuba, Senegal, Haití, República Dominicana, Panamá, Omán y El Salvador.

> ACTIVIDAD INTERNACIONAL DEL CONSORCIO MERCASA INCATEMA EN LA EFICIENCIA Y MEJORA DE LA CADENA ALIMENTARIA

Mercasa, a través de Consorcio Mercasa Incatema Consulting, refuerza su actividad internacional. El objetivo del consorcio 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.

El Consorcio Mercasa Incatema Consulting tiene avanzadas relaciones comerciales en Angola, República Dominicana, Senegal, El Salvador y Kenia, entre otros. En la actualidad está desarrollando proyectos de gran relevancia en Angola, Haití y en República Dominicana. En 2014, las principales actuaciones comerciales del Consorcio Mercasa Incatema Consulting fueron las siguientes:

República de Angola

Durante el primer semestre de 2014 comenzaron las obras y puesta en marcha del contrato suscri-

to en 2013 para el desarrollo de una **“Nueva Fase del Centro Logístico y de Distribución (CLOD) de Luanda”**. El proyecto se está desarrollando con éxito y los trabajos progresan al ritmo programado, por lo que se espera que las obras concluyan a finales del año 2015 como estaba previsto. El Consorcio Mercasa Incatema Consulting cuenta con experiencia en este país desde 2006, cuando se firmó el Contrato **“Programa de Prestación de Servicios para la Ejecución del CLOD de Luanda”**.

Haití

En el segundo semestre de 2014, el Consorcio Mercasa Incatema Consulting resultó adjudicatario de un concurso de Infraestructuras del Corredor Norte dentro del **“Programa de Cooperación Binacional República Dominicana-Haití”** convocado por La Unión Europea y representada por la Comisión Europea, en nombre y por cuenta de los respectivos Gobiernos de los dos países implicados. El proyecto consiste en:

- La construcción del Mercado en Ouanaminthe.
- La protección de las riberas, tanto dominicana como haitiana del río Masacre.
- La construcción de una pasarela sobre dicho río que una ambas riberas.

Firmado ya el contrato, el comienzo de las obras será inmediato, esperándose que las mismas se desarrollen en el transcurso del año 2015 y parte de 2016.

República Dominicana

El Consorcio Mercasa Incatema Consulting se presentó al concurso que el Ministerio de Agricultura del Gobierno Dominicano convocó en 2013 sobre

> El Consorcio Mercasa Incatema Consulting tiene avanzadas relaciones comerciales en Angola, República Dominicana, Senegal, El Salvador y Kenia, entre otros.



Obras en el CLOD Luanda (Angola)

“Conceptualización, Diseño, Ingeniería, Construcción, Dirección de Obras, y entrega llave en mano de 9 Mercados Minoristas, 1 Mercado Mayorista y 3 Mataderos Regionales, así como la Ampliación y remodelación de Merca Santo Domingo y del Mercado Minorista de La Duarte y la contemplación del Mercado Minorista de Villa Consuelo, incluyendo asistencia técnica para su puesta en marcha, reglamentación para su funcionamiento, formación de gestores y operadores, acompañamiento en la gestión”. La oferta presentada por parte de CMI ha sido la única que ha superado con éxito y con máxima puntuación la fase de Evaluación Técnica, quedando por ello como único posible adjudicatario del referido concurso, que al presente se encuentra pendiente de resolución.

Cabe recordar que, el Consorcio Mercasa Incatema Consulting cuenta con experiencia en este país desde el año 2000, cuando se firmó un Contrato Marco con la Secretaría de Estado de Agricultura para la Ejecución del **“Proyecto de Mercado Central de Mayoristas de Santo Domingo”**.

Senegal

Se han mantenido contactos con el Ministro de Planificación Económica para la creación en

Dakar de un **Mercado de Interés Nacional** (MIN) que, dada la población estimada de 7 millones de habitantes a los que proporcionaría una adecuada distribución alimentaria, tras el diagnóstico realizado se estima que el tamaño del mercado podría ser una de las inversiones más relevantes del país para el ejercicio presupuestario del año 2015.

El Salvador

Las negociaciones de Consorcio Mercasa Incatema Consulting con el Gobierno de la República de El Salvador, para la **Construcción de un Mercado Mayorista en el Gran Área Metropolitana de San Salvador**, están muy avanzadas, y se espera que las mismas concluyan pronto con éxito y que las obras puedan acometerse y desarrollarse en el trascurso de los próximos años 2016 y 2017.

Kenia

Las negociaciones para la **Construcción de un Mercado Mayorista en Nairobi** con El Gobierno de la República de Kenia se encuentran a la espera de aprobación presupuestaria y, por tanto, se confía en comenzar a desarrollar las obras del mismo en un plazo lo más rápido posible. ◀



> INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN

INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN EN LA CADENA ALIMENTARIA

- > A lo largo de 2014, Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de alimentos frescos.

A lo largo de 2014, Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de alimentos frescos.

En este ámbito se incluyen las publicaciones periódicas que edita Mercasa: la revista Distribución y Consumo, que a finales de 2014 llegó a su número 135, tras veinticuatro años editándose; y el anuario Alimentación en España, que en 2014 llegó a su



Acto de presentación del anuario Alimentación España 2014

> El impacto y la difusión de **Distribución y Consumo** se refleja tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y descargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, **durante 2014 se realizaron un total de 22.015 descargas de artículos de la revista**

edición número 17. Además de la información permanente que se divulga a través de las webs www.Mercasa.es y www.MercadosMunicipales.es.

El impacto y la difusión de *Distribución y Consumo* se refleja tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y descargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, durante 2014 se realizaron un total de 22.015 descargas de artículos de la revista.



Semana de la Dieta Mediterránea

En cuanto al anuario *Alimentación en España 2014*, se presentó en un acto público en el Casino de Madrid, presidido por la Ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, con la asistencia de cerca de 300 personas, representantes de instituciones y organizaciones sectoriales de toda la cadena alimentaria.

Además de la edición en papel, el Informe 2014 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España cuenta con una edición digital, que puede consultarse de forma íntegra y permanente en la página web de Mercasa.

A este respecto, las estadísticas de accesos a los contenidos de *Alimentación en España* en la web de Mercasa reflejan que durante 2014 se realizaron un total de 40.284 visitas y cerca de 360.000 páginas vistas.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, como medio propio de la Administración, Mercasa realizó en 2014, mediante encomiendas del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las siguientes actividades:

Semanas temáticas de promoción alimentaria

- Semana del queso
- Semana de la reducción de desperdicios
- Semana de productos ecológicos
- Semana de la dieta mediterránea
- Semana de los productos del cerdo ibérico
- Semana de los productos pesqueros

El desarrollo de cada semana incluyó, en cada caso, las mismas acciones:

- Un acto central de información y promoción, dirigido a organizaciones del sector, asociaciones de consumidores, responsables de restauración y medios de comunicación.
- Acciones de promoción en hipermercados y supermercados, sumando en total 72 actuaciones con cerca de 11.000 degustaciones en 30 ciudades diferentes.
- Acto de promoción en una plaza de Madrid, con más de 6.000 degustaciones y 30.000 participantes.



Talleres escolares para alumnos de secundaria

- Actos de información en un Mercado de Madrid, con catas guiadas para prensa especializada.
- Actuaciones en hostelería y restauración, con promociones de cada semana en webs especializadas de gestión de reservas y en blogs gastronómicos y de alimentación
- Visita a una empresa de producción, organizadas para responsables de compra de cadenas de distribución y organizaciones de consumidores.
- Actividades con diversos materiales y almuerzo dirigido a 300 escolares de 6 colegios distintos de Madrid.

Talleres escolares de la dieta mediterránea y alimentación saludable

Durante 2014, entre abril y noviembre, se realizaron un total de 891 actividades en las que participaron 42.969 alumnos de Educación Primaria y Secundaria, en 218 colegios de 10 provincias diferentes.

Talleres de la Dieta Mediterránea

- Educación Primaria Obligatoria: Se impartieron un total de 459 sesiones en los que han participado 21.970 alumnos de 106 colegios de 10 provincias.

- Educación Secundaria Obligatoria: Se impartieron un total de 432 sesiones en los que han participado 20.999 alumnos de 112 colegios de 10 provincias.

Jornadas sobre alimentación mediterránea en campamentos de verano

Se impartieron diversos talleres teórico-prácticos para 3 grupos de edad con la participación de 400 alumnos.

Campeonatos de España en edad escolar

Se realizó promoción de la dieta mediterránea en las finales de ocho campeonatos de España de diferentes deportes en edad escolar, en los que han participado 4.500 atletas en siete provincias.

Plan de comunicación en redes sociales

Todas las actividades de promoción se reforzaron durante 2014 con un plan de comunicación integral en redes sociales, con un impacto creciente en Twitter y Facebook, además de organizar concursos entre la población escolar. ◀

> PROCEDIMIENTO DE DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS PROCEDENTES DE TERCEROS PAÍSES

Mediante otra encomienda del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Mercasa desarrolló en 2014 el procedimiento para la obtención diaria de cantidades y precios de determinadas frutas y hortalizas importadas en España, según mercados y procedencia.

Los productos para los que ha realizado el seguimiento han sido tomates, pepinos, calabacines, naranjas, limones, uvas de mesa, manzanas y peras. Las zonas geográficas de referencia o mercados representativos han sido Mercamadrid y Mercabarna.

Se trata de una recogida de información exhaustiva de cantidades y precios, por producto, frecuencia diaria, desde los mercados representativos que comercializan cantidades importadas procedentes de terceros países, exceptuando aquellas partidas inferiores a una tonelada. En cada mercado representativo, los precios medios para cada producto y misma procedencia se obtienen como media ponderada de los precios de cada operación respecto a las cantidades comercializadas. ◀



> PROMOCIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DURANTE NAVIDAD

Mercasa volvió a coordinar en 2014, por tercer año consecutivo, la organización de la campaña de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

La campaña forma parte de las actuaciones del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, y ha incluido una serie de actuaciones para animar la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, contando para ello con el apoyo de Mercasa, la Confederación Española de Comercio, las Cámaras de Comercio, los responsables

municipales y autonómicos en materia de comercio.

Bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, la campaña incluyó actuaciones de promoción y comunicación durante todo el mes de diciembre y la primera semana de enero, y se cerró con más participación y mejores resultados que en ediciones anteriores, incrementándose un 25% los Mercados Municipales participantes, hasta llegar a unos 300 en toda España, con una implicación muy activa de los comerciantes. Las actuaciones a través de las redes sociales han tenido un fuerte aumento en el número de seguidores. La campaña fue presentada oficialmente en un acto celebrado en Madrid, en el Mercado de Santa María de la Cabeza. ◀

> **Mercasa** volvió a coordinar en 2014, por tercer año consecutivo, la **organización de la campaña de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales** durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio





> GESTIÓN SOSTENIBLE

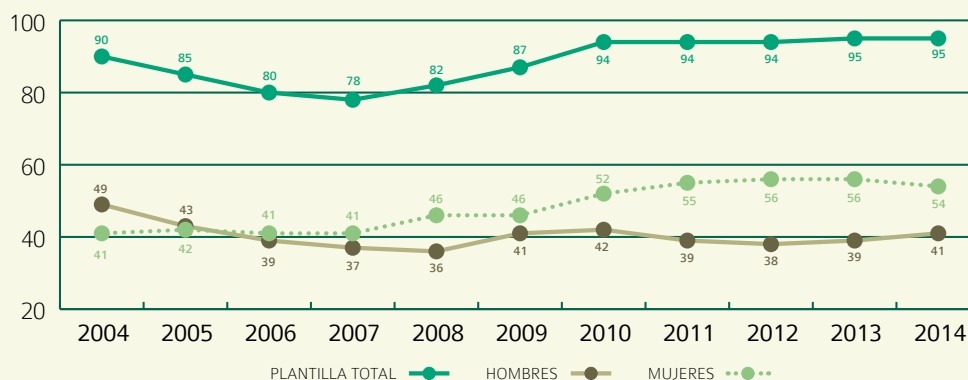
UNA GESTIÓN SOSTENIBLE COMPROMETIDA CON LA CALIDAD

Recursos Humanos

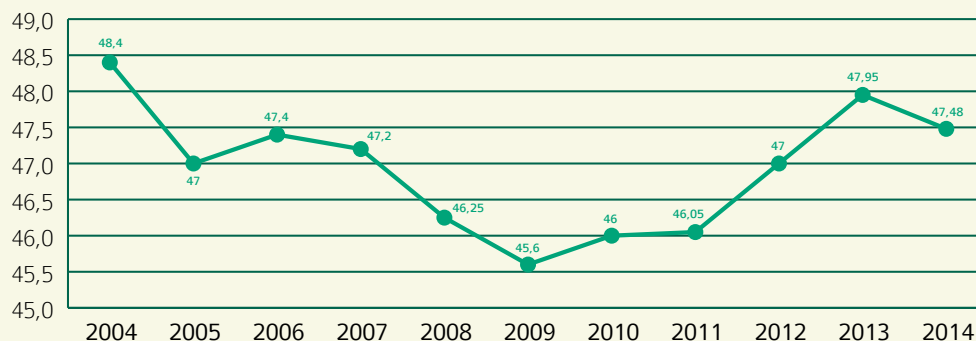
El número de empleados en Mercasa al finalizar 2014 es de 95, manteniéndose la tendencia de los últimos años a una mayor presencia femenina en la empresa, con 54 mujeres sobre el total de emplea-

dos, lo que representa un 57 % de la plantilla. La edad media de la plantilla se sitúa en torno a los 47 años, y la antigüedad media en Mercasa es de 16 años y 8 meses.

EVOLUCIÓN GÉNERO 2004-2014



EVOLUCIÓN EDAD MEDIA 2004-2014



Formación

El programa de formación de Mercasa en 2014 trató de ajustarse, como es habitual, a las necesidades de los puestos de trabajo detectadas en las distintas áreas de la empresa, además de hacer posible que los cursos demandados por los distintos departamentos se aprovechen por el mayor número posible de empleados, dirigiendo la formación a cubrir necesidades formativas específicas y a permitir una gestión más eficaz y un mejor aprovechamiento del trabajo personal, y habiendo aumentado el ratio de formación respecto a años anteriores.

Las acciones formativas que se han desarrollado en 2014 han sido las siguientes:

- Formación en idiomas: portugués.
- Formación en materia jurídica: Ley de Presupuestos Generales del Estado, protección de datos, arbitraje, contratación, mediación civil y mercantil, contratos de arrendamiento de locales de negocio, reforma de la ley de sociedades de capital
- En materia internacional: talleres de comercio internacional, internacionalización de empresas, oportunidades en los países en desarrollo y emergentes.

- En el área de Prevención de riesgos laborales: "salud mental o elemental", coordinación de actividades empresariales, curso de riesgos laborales en el puesto de trabajo, de riesgos psicosociales y seguridad en los desplazamientos.
- Compraventa de empresas.
- Curso Gestión de Calidad.
- Taller de Igualdad.
- I Jornada de Marketing en Franquicia. Nuevas Estrategias en Marketing Digital, redes sociales y comunicación corporativa.
- La Cadena Alimentaria: cimentando la recuperación y el crecimiento
- Formación en materia de Administración de Personal: Jornada Creta: nuevo sistema de liquidación de cuotas y, novedades en materia laboral y de Seguridad Social.

Además, se han impulsado los permisos individuales de formación dirigidos a los trabajadores que cursan estudios oficiales y se ha mantenido la subvención de la empresa para la realización de máster adecuados al puesto de trabajo, como el Programa de Desarrollo Directivo durante el curso escolar 2014-2015 y el de Dirección de Empresas de Distribución Comercial durante el curso escolar 2013-2014. ◀

> SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

La Política de Calidad de Mercasa se fundamenta en los siguientes compromisos:

- Compromiso de alcanzar y mantener altos niveles de satisfacción de nuestros clientes.
- Compromiso de cumplir con “todos los requisitos”, ya sean estos legales, contractuales o de otra índole, que nos sean aplicables en razón de nuestra actividad, de manera que nuestra actuación en ningún caso pueda contravenir los requisitos y especificaciones legales establecidas por las distintas administraciones públicas.
- Compromiso de llevar a cabo nuestro trabajo dentro de un entorno de gestión que garantice una mejora continua en nuestros procesos, en nuestros métodos de actuación y en nuestras relaciones con partes interesadas, mediante el establecimiento y revisión periódica de nuestros objetivos de calidad y de nuestra política de calidad.
- Compromiso de promover una comprensión y difusión de nuestra política de calidad dentro de la organización, mediante la formación y comunicación continuada con nuestros trabajadores.

- Compromiso de controlar y gestionar de manera efectiva todos nuestros Departamentos, que nos permita cumplir con nuestros objetivos y obtener un alto grado de calidad de los mismos, haciendo especial hincapié en:
 - Atención y relación con nuestros clientes.
 - Calidad de nuestros proyectos y asistencias técnicas.
 - Coordinación de las actividades de las mercas.
 - Control de proveedores
 - Organización de actividades

En noviembre de 2014, tres años después de que Mercasa lograra la Certificación en ISO 9001:2008 y, como resultado de la asunción por todo el personal de Mercasa de los compromisos anteriormente mencionados, se ha conseguido la renovación del certificado, muestra de la adecuación y eficacia continua del Sistema de Gestión de Calidad de Mercasa y del esfuerzo, empeño y compromiso de todo el personal de Mercasa en la conservación y mejora de un distintivo de calidad de reconocimiento internacional. Este objetivo supone para Mercasa un valor añadido y un signo distintivo de eficiencia en la prestación de servicios para sus clientes. ◀

> CONTRATACIÓN RESPONSABLE

Las Instrucciones Internas de Contratación de Mercasa y los procedimientos que regula para la realización de obras, adquisición de bienes y contratación de servicios, fomentan los principios de libertad de acceso a las licitaciones, publicidad y transparencia en los procedimientos y no discriminación e igualdad de trato, asegurando una eficiente utilización de los fondos destinados a las necesidades de compra de Mercasa, salvaguardando la libre competencia y la selección de la oferta económicamente más ventajosa, de acuerdo a lo prevenido en el Real Decreto legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Mercasa, consciente de los objetivos perseguidos por la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre Contratación Pública y anticipados por la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, ha continuado en 2014, en las contrataciones en las que así ha sido posible, configurando el objeto de contratación a través de Lotes, obteniendo así un doble objetivo que incide en los principios de la contratación pública:

- Dotar de la máxima publicidad en la adjudicación de contratos que de no haber sido agrupados en

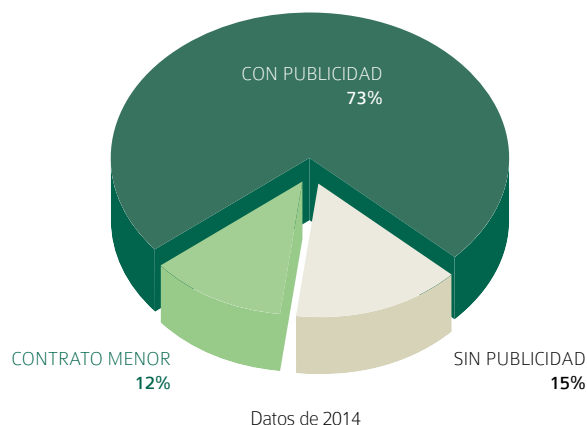
Lotes, su procedimiento de contratación hubiera sido otro con menor exigibilidad de publicidad.

- Facilitar la concurrencia de pymes a la contratación de pública de Mercasa sin que ello interfiera en la concurrencia de empresas de mayores dimensiones.

Ejemplo de lo anterior son las siguientes contrataciones tramitadas por Mercasa en 2014:

- Organización y desarrollo de acciones promocionales de alimentación equilibrada a niños y adolescentes, introduciéndoles en hábitos saludables y en una dieta sana y equilibrada.
- Organización y desarrollo de diversas actuaciones promocionales destinadas a realizar las semanas de diferentes productos alimentarios.
- Servicios de conserjería, seguridad y vigilancia de Mercalgeciras, Mercasturias, Mercalaspalmas y Mercamálaga.
- Servicios de limpieza, higiene industrial y jardinería de la red de centros comerciales y la sede social de Mercasa.

Así, el indicador de publicidad del ejercicio 2014, en los procedimientos de contratación tramitados y regulados en las Instrucciones Internas de Contratación de Mercasa, reflejan los siguientes resultados en relación al importe de licitación:





> CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES

> MERCASA individual

Balance (miles de euros)

ACTIVO

	2014	2013
A) ACTIVO NO CORRIENTE	141.019	146.458
I. Inmovilizado intangible	1.554	1.680
II. Inmovilizado material	3.351	3.529
III. Inversiones inmobiliarias	52.486	53.299
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	82.872	87.415
V. Inversiones financieras a largo plazo	62	145
VI. Activos por impuesto diferido	694	390
B) ACTIVO CORRIENTE	38.109	34.740
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
II. Existencias	42	14
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5.403	9.358
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	23.688	19.807
V. Inversiones financieras a corto plazo	1.793	1.431
VI. Periodificaciones a corto plazo	52	10
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	7.131	4.120
TOTAL ACTIVO (A+B)	179.128	181.198

PATRIMONIO NETO Y PASIVO

	2014	2013
A) PATRIMONIO NETO	173.198	172.755
A-1) Fondos Propios	173.069	172.625
Capital.	153.942	153.942
Reservas.	18.066	17.998
Resultado del ejercicio.	1.061	685
A-2) Ajustes por cambios de valor.	129	130
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos.	-	-
B) PASIVO NO CORRIENTE	1.397	1.140
I. Provisiones a largo plazo.	398	78
II. Deudas a largo plazo	-	-
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo.	219	262
IV. Pasivos por impuesto diferido	-	-
V. Periodificaciones a largo plazo	780	800
C) PASIVO CORRIENTE	4.533	7.303
II. Provisiones a corto plazo	31	41
III. Deudas a corto plazo.	1.227	1.220
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo.	1.330	4.207
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.945	1.835
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	179.128	181.198

> MERCASA individual

Cuenta de resultados (miles de euros)

	2014	2013
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	17.267	18.355
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo.	-	-
4. Aprovisionamientos	-4.538	-4.732
5. Otros ingresos de explotación	-	-
6. Gastos de personal	-6.087	-5.734
7. Otros gastos de explotación	-2.916	-3.315
8. Amortización del inmovilizado.	-2.806	-3.014
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	-	-
10. Excesos de provisiones	-	-
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-	23
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	-	-
13. Otros resultados	22	-68
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	942	1.515
14. Ingresos financieros	797	456
15. Gastos financieros	-17	-15
16. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
17. Diferencias de cambio	287	-87
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-1.179	-1.500
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-112	-1.146
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)	830	369
19. Impuestos sobre Beneficios	231	316
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3 +19)	1.061	685
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	-	-
20. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	-	-
A.5). RESULTADO DEL EJERCICIO (B°) (A.4+20)	1.061	685

> **MERCASA individual**

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013
A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS (miles de euros)

	2014	2013
Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias	1.061	685
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto	-1	-2
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias	-	-
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	1.060	683

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO
(miles de euros)

	Capital social	Reservas	Resultados ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio	Otros instrumentos patrimonio neto	TOTAL
SALDO AJUSTADO, INICIO AÑO 2013	153.942	17.533	-	2.450	132	174.057
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	685	-2	683
Operaciones con socios o propietarios						
- Distribución de dividendos	-	-	-	-1.985	-	-1.985
- Otras variaciones de patrimonio	-	465	-	-465	-	-
SALDO, FINAL AÑO 2013	153.942	17.998	-	685	130	172.755
SALDO AJUSTADO, INICIO AÑO 2014	153.942	17.998	-	685	130	172.755
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	1.061	-1	1.060
Operaciones con socios o propietarios						
- Distribución de dividendos	-	-	-	-617	-	-617
- Otras variaciones de patrimonio	-	68	-	-68	-	-
SALDO, FINAL AÑO 2014	153.942	18.066	-	1.061	129	173.198

> **MERCASA individual****ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013 (miles de euros)**

	2014	2013
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACION		
Resultado del ejercicio antes de impuestos	830	369
Ajustes del resultado	221	-390
Amortización del inmovilizado	2.806	3.014
Variación de provisiones - insolvencias	926	965
Variación de provisiones - inversiones en empresas del grupo y asociadas	1.179	1.500
Dotaciones de provisiones retribuciones a largo plazo	310	25
Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	-	-23
Ingresos financieros	-797	-456
Ingresos por dividendos	-3.971	-5.693
Gastos financieros	17	15
Diferencias de cambio	-287	87
Otros ingresos	38	176
Cambios en el capital corriente	3.918	-1.789
Existencias	-28	24
Deudores y otras cuentas a cobrar	3.384	-1.537
Otros activos corrientes	293	-9
Acreedores y otras cuentas a pagar	269	-293
Otros pasivos corrientes	-	46
Otros activos y pasivos no corrientes	-	-20
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	9.637	3.424
Cobros de dividendos	9.749	3.370
Cobros de intereses	377	452
Pagos de intereses	-	-
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	83	-209
Otros pagos (cobros)	-572	-189
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACION	14.606	1.614

	2014	2013
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Pagos por inversiones	-22.872	-19.482
Empresas del grupo y asociadas	-	-4.285
Inmovilizado intangible	-122	-276
Inmovilizado material	-111	-70
Inversiones inmobiliarias	-1.469	-181
Otros activos financieros - Depósitos SEPI	-20.770	-14.307
Otros activos financieros	-400	-363
Cobros por desinversiones	14.831	17.074
Empresas del grupo y asociadas y Depósitos SEPI	14.771	12.476
Inmovilizado intangible	2	-
Inmovilizado material	4	-
Inversiones inmobiliarias	-	211
Otros activos financieros	54	4.387
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-8.041	-2.408
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-55	-77
Emisión	7	-
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-	-
Cobros de fianzas	-	-
Otras deudas	7	-
Devolución y amortización de:	-62	-77
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-62	-62
Otras deudas	-	-15
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instr.de patrim.	-3.498	-1.013
Dividendos	-3.498	-1.013
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-3.553	-1.090
EFFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO	-1	-2
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES	3.011	-1.886
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio	4.120	6.006
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	7.131	4.120



> CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

> GRUPO MERCASA

BALANCE CONSOLIDADO (miles de euros)

ACTIVO

	2014	2013
A) ACTIVO NO CORRIENTE	301.153	298.357
I. Inmovilizado Intangible	1.714	1.844
II. Inmovilizado material	41.980	42.264
III. Inversiones inmobiliarias	71.973	73.285
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	183.607	179.247
V. Inversiones financieras a largo plazo	152	235
VI. Activos por impuesto diferido	1.587	1.284
VII. Deudores comerciales no corrientes	140	198
B) ACTIVO CORRIENTE	46.008	44.473
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
II. Existencias	42	14
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	7.920	16.060
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	25.828	20.985
V. Inversiones financieras a corto plazo	2.042	1.684
VI. Periodificaciones a corto plazo	66	25
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	10.110	5.705
TOTAL ACTIVO (A+B)	347.161	342.830

PATRIMONIO NETO Y PASIVO

	2014	2013
A) PATRIMONIO NETO	337.053	328.654
A-1) Fondos Propios	312.106	304.352
I. Capital.	153.942	153.942
III. Reservas.	42.082	42.236
IV. Rvas. Soc. consolidadas por integracion global	1.756	-1.445
V. Rvas. Soc. consolidadas puestas en equivalencia	105.665	104.073
VII. Resultado del ejercicio sociedad dominante	8.661	5.546
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto.	-	-
A-2) Ajustes por cambios de valor.	129	130
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. Consolidacion	12.548	11.999
A-4) Socios Externos	12.270	12.173
B) PASIVO NO CORRIENTE	2.880	2.726
I. Provisiones a largo plazo.	775	485
II. Deudas a largo plazo	271	280
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo.	219	262
IV. Pasivos por impuesto diferido	288	301
V. Periodificaciones a largo plazo	1.327	1.398
C) PASIVO CORRIENTE	7.228	11.450
II. Provisiones a corto plazo.	43	169
III. Deudas a corto plazo.	2.035	3.048
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo.	1.915	4.207
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.183	3.975
VI. Periodificaciones a corto plazo.	52	51
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	347.161	342.830

> GRUPO MERCASA

Cuenta de resultados consolidada (miles de euros)

	2014	2013
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	23.207	23.446
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo.	-	-
4. Aprovisionamientos	-5.396	-5.582
5. Otros ingresos de explotación	422	461
6. Gastos de personal	-9.044	-8.675
7. Otros gastos de explotación	-6.206	-7.162
8. Amortización del inmovilizado.	-4.783	-4.979
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	118	117
10. Excesos de provisiones.	104	-
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado.	-	4.874
12. Otros resultados de explotación	36	-85
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	-1.542	2.415
13. Ingresos financieros	900	673
14. Gastos financieros	-30	-31
15. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
16. Diferencias de cambio	287	-87
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-	-
A.2) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)	1.157	555
18. Otras partidas de Grupos Consolidados (Rtdo Soc. Puestas en Equivalencia)	9.456	4.733
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2+18)	9.071	7.703
21. Impuestos sobre Beneficios	223	-1.120
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3+21)	9.294	6.583
A.5). RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A4+22)	9.294	6.583
Resultado atribuido a la sociedad dominante	8.661	5.546
Resultado atribuido a socios externos	633	1.037

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013 (miles de euros)

	2014	2013
A) Resultado consolidado del ejercicio	9.294	6.583
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto		
I. Por valoración instrumentos financieros	-	-
1. Activo financieros disponibles para la venta	-	-
2. Otros Ingresos / Gastos	-	-
II. Por coberturas de flujos de efectivo	-	-
III. Subvenciones, donaciones y legados recibidos	1.194	2.679
IV. Por ganancias y pérdidas actuariales y otros ajustes	-	-
V. Diferencias de conversión	-1	-2
VI. Efecto impositivo	-14	-796
B) Total ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto consolidado (I+II+III+IV+V+VI)	1.179	1.881
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada		
VII. Por valoración de instrumentos financieros	-	-
VIII. Por coberturas de flujos de efectivo	-	-
IX. Subvenciones, donaciones y legados recibidos	-765	-681
X. Diferencia de conversión	-	-
XI. Efecto impositivo	179	151
C) Total transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada (VI+VII+VIII+IX+X+XI)	-586	-530
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS (A+B+C)	9.887	7.934
Total Ingresos y Gastos atribuidos a la sociedad dominante	9.254	6.897
Total Ingresos y Gastos atribuidos a socios externos	633	1.037

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013 (miles de euros)

	Capital		Reservas y resultado ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio atribuido a la soc. dominante	
	Escriturado	Resto			
Al 31 de diciembre de 2012	153.942	-	41.342	5.603	
Ajuste por errores ejerc. Anteriores	-	-	-	-	
Al 1 de enero de 2013	153.942	-	41.342	5.603	
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos.	-	-	-	5.546	
II. Operaciones con socios o propietarios.	-	-	-	-1.985	
1. Aumentos (reducciones) de capital.	-	-	-	-	
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	-	-	-	-	
3. Distribución de dividendos.	-	-	-	-1.985	
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos.	-	-	-	-	
III. Otras variaciones del patrimonio neto.	-	-	894	-3.618	
Al 31 de diciembre de 2013	153.942	-	42.236	5.546	
Ajuste por errores ejerc. Anteriores	-	-	-	-	
Al 1 de enero de 2014	153.942	-	42.236	5.546	
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos.	-	-	-	8.661	
II. Operaciones con socios o propietarios.	-	-	-	-617	
1. Aumentos (reducciones) de capital.	-	-	-	-	
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	-	-	-	-	
3. Distribución de dividendos.	-	-	-	-617	
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos.	-	-	-	-	
III. Otras variaciones del patrimonio neto.	-	-	-154	-4.929	
Al 31 de diciembre de 2014	153.942	-	42.082	8.661	

	Reservas Sociedades Consolidadas	Subvenciones donaciones y legados recibidos	Socios externos	Ajustes por Cambio de Valor	TOTAL
	96.100	10.646	11.654	132	319.419
	-	-	-	-	-
	96.100	10.646	11.654	132	319.419
	-	1.353	1.037	-2	7.934
	-	-	-811	-	-2.796
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-811	-	-2.796
	-	-	-	-	-
	6.528	-	293	-	4.097
	102.628	11.999	12.173	130	328.654
	-	-	-	-	-
	102.628	11.999	12.173	130	328.654
	-	594	633	-1	9.887
	-	-	-576	-	-1.193
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-576	-	-1.193
	-	-	-	-	-
	4.793	-45	40	-	-295
	107.421	12.548	12.270	129	337.053

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013

(miles de euros)

	2014	2013
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	18.416	3.223
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos	9.071	7.703
2. Ajustes del resultado	-4.450	-3.226
a) Amortización del inmovilizado (+)	4.783	4.979
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-)	1.333	1.937
c) Variación de provisiones (+/-)	175	25
d) Imputación de subvenciones (-)	-118	-117
e) Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	-	-4.874
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)	-	-
g) Ingresos financieros (+/-)	-900	-673
h) Gastos financieros (+)	30	31
i) Diferencias de cambio (+/-)	-287	87
j) Variación de valor razonable de instrumentos financieros (+/-)	-	-
k) Otros ingresos y gastos (-/+)	-10	112
l) Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia – neto de dividendos (+/-)	-9.456	-4.733
3. Cambios en el capital corriente	3.521	-2.930
a) Existencias (+/-)	-28	26
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)	2.259	-2.362
c) Otros activos corrientes (+/-)	295	27
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)	909	-379
e) Otros pasivos corrientes (+/-)	28	-103
f) Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)	58	-139
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	10.274	1.676
a) Pagos de intereses (-)	-15	-18
b) Cobros de dividendos (+)	6.462	2.426
c) Cobros de intereses (+)	456	536
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)	-972	-956
e) Otros pagos (cobros) (-/+)	4.343	-312
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1+/-2+/-3+/-4)	18.416	3.223
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-9.446	-4.789
6. Pagos de inversiones (-)	-45.088	-42.194
a) Empresas grupo (SEPI)	-41.615	-36.385
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	-	-4.278
d) Inmovilizado intangible	-131	-283
e) Inmovilizado material	-1.470	-704
f) Inversiones inmobiliarias	-1.469	-181
g) Otros activos financieros	-403	-363
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-

	2014	2013
7. Cobros por desinversiones (+)	35.642	37.405
a) Empresas grupo (SEPI)	33.818	28.839
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	1.762	333
d) Inmovilizado intangible	2	-
e) Inmovilizado material	-	-
f) Inversiones inmobiliarias	6	-
g) Otros activos financieros	54	8.021
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	212
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	-9.446	-4.789
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-4.564	-1.612
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio	10	2
a) Emisión de instrumentos de patrimonio (+)	-	-
b) Amortización de instrumentos de patrimonio (-)	-	-38
c) Adquisición de instrumentos de patrimonio propio (-)	-	-
d) Enajenación de instrumentos de patrimonio propio (+)	-	-
e) Subvenciones, donaciones y legados recibidos (+)	10	40
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-185	-105
a) Emisión:	598	3
1. Obligaciones y otros valores negociables (+)	-	-
2. Deudas con entidades de crédito (+)	-	-
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+)	591	-
4. Otras deudas (+)	7	3
b) Devolución y amortización de:	-783	-108
1. Obligaciones y otros valores negociables (-)	-	-
2. Deudas con entidades de crédito (-)	-721	-31
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-)	-62	-62
4. Otras deudas (-)	-	-15
11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-4.389	-1.509
a) Dividendos (-)	-4.389	-1.509
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-)	-	-
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9+/-10-11)	-4.564	-1.612
D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio	-1	-2
E) AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5+/-8+/-12+/-D)	4.405	-3.180
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	5.705	8.885
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	10.110	5.705



> CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN.
CAPITAL SOCIAL.
ORGANIGRAMA.

> CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE MERCASA

Presidente:	Eduardo Ameijide y Montenegro
Vicepresidente 1º:	Jorge Sáinz Elías
Vicepresidenta 2ª:	Carmen Cardeno Pardo
Vocales:	José Miguel Herrero Velasco Carmen Timermans Palma Jose de Guadalfajara Cembrano Vicente Forteza del Rey Morales Aurora de Blas Carbonero Purificación Esteso Ruiz Ana de Vicente Lancho Isabel Encinas González Cristina Calvo Mayayo
Secretaria y Letrada Asesora:	Mª Jesus Prieto Jiménez

Composición del Consejo de Administración en mayo de 2015

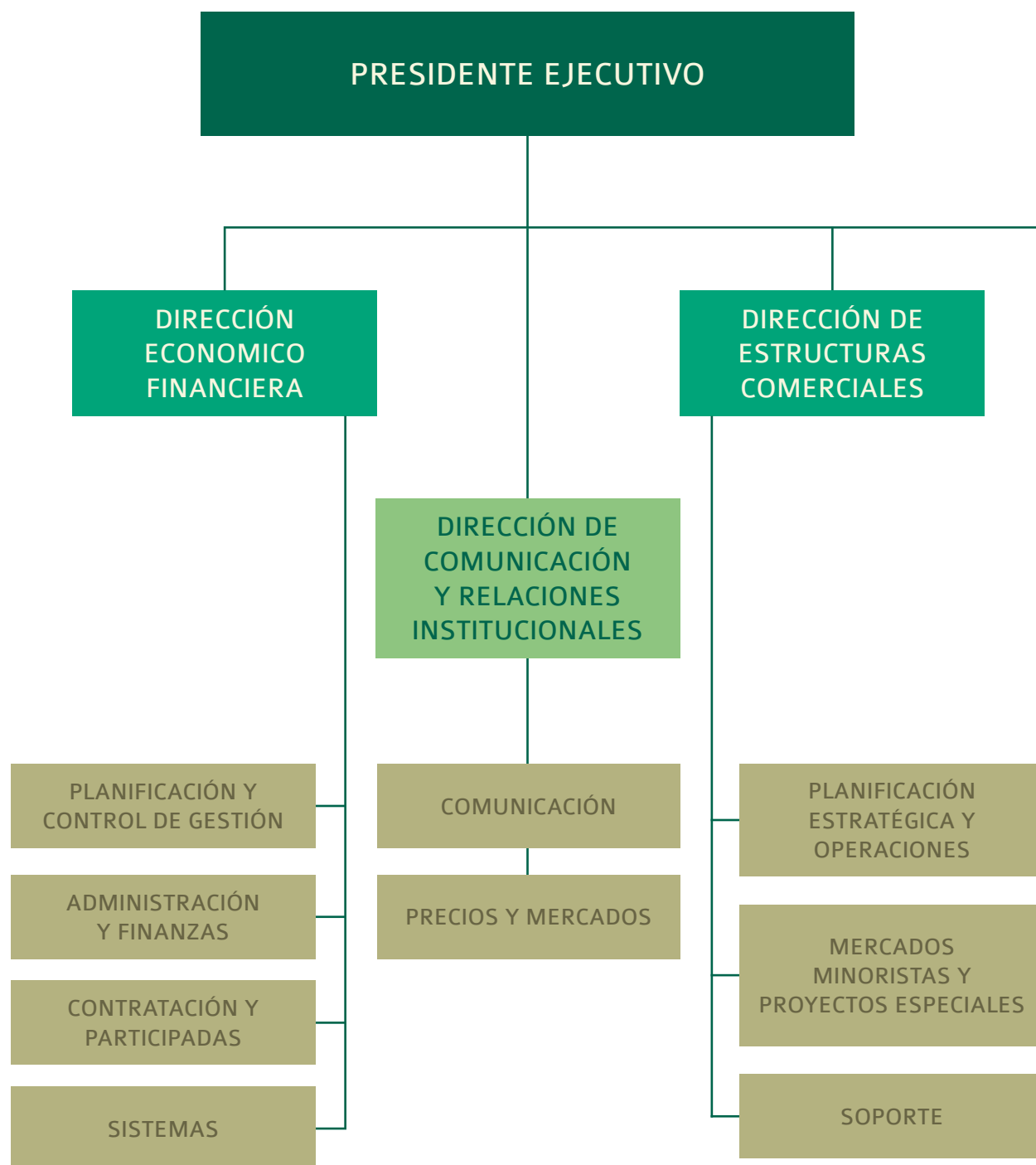
> CAPITAL SOCIAL DE MERCASA

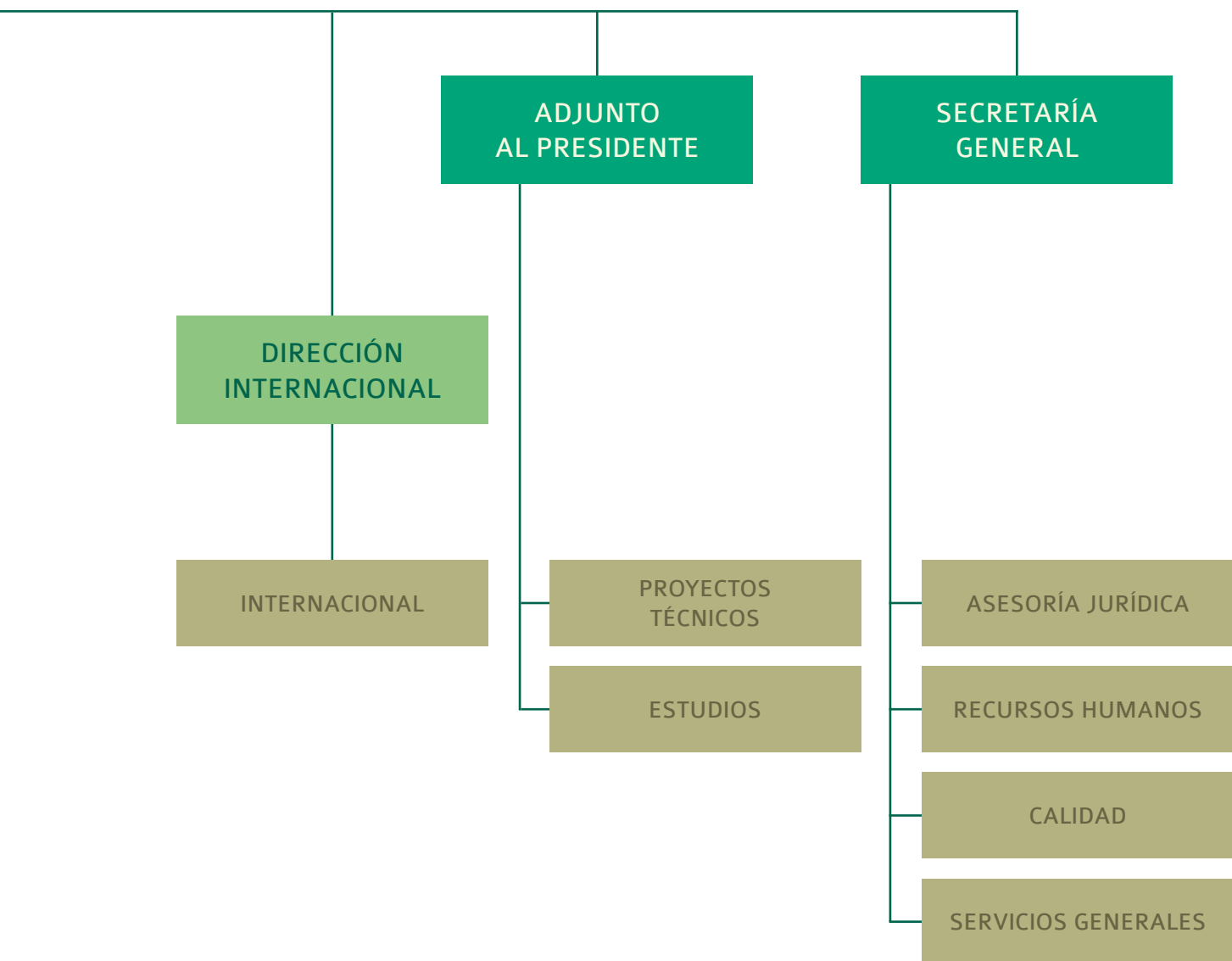
A 31 DE DICIEMBRE DE 2014

El capital suscrito está representado por 25.614.244 acciones de 6,01 euros nominales cada una, íntegramente desembolsadas y suscritas por los siguientes accionistas:

	Número de acciones	% participación
SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales)	13.063.265	51
FEGA (Fondo Español de Garantía Agraria) Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente	12.550.979	49
Total	25.614.244	100

> ORGANIGRAMA DE MERCASA





> Grupo Mercasa

Red de Mercas

Mercalgeciras, S.A. / 94,90%	Mercalicante, S.A. / 48,52%	Mercasturias, S.A. / 51,00%
Mercabadajoz, S.A. / 98,31%	Mercabarna, S.A. / 36,79%	Mercabilbao, S.A. / 39,16%
Mercacórdoba, S.A. / 48,92%	Mercagalicia, S.A. / 49,00%	Mercagranada, S.A. / 48,71%
Mercairuña, S.A. / 40,00%	Mercajerez, S.A. / 48,72%	Mercalaspalmas, S.A. / 58,37%
Mercaleón, S.A. / 36,75%	Mercamadrid, S.A. / 48,63%	Mercamálaga, S.A. / 87,23%
Mercamurcia, S.A. / 48,93%	Mercapalma, S.A. / 45,19%	Mercasalamanca, S.A. / 47,92%
Mercasantander, S.A. / 48,65%	Mercasevilla, S.A. / 48,39%	Mercatenerife, S.A. / 40,74%
Mercavalencia, S.A. / 48,83%	Mercazaragoza, S.A. / 48,80%	

Otras sociedades

Olympic Moll / 100,00%
Consorcio Mercasa Incatema SRL / 50,00%

> Grupo Mercasa

Red de Mercas

Mercalgeciras

Polígono de la Menacha, s/n
11204 Algeciras (Cádiz)
Tel.: 956 669 947. Fax: 956 630 552
mercalgeciras@mercalgeciras.es
www.mercalgeciras.es

Mercalicante

Carretera de Madrid, Km. 4
03007 Alicante
Tel.: 966 081 001. Fax: 966 081 010
merca@mercalicante.com
www.mercalicante.com

Mercasturias

Polígono Silvota-ampliación
33192 Llanera (Asturias)
Tel.: 985 262 839. Fax: 985 260 396
mercasturias@mercasturias.com
www.mercasturias.com

Mercabadajoz

C/ Jerónimo de Valencia, 18
Polígono Industrial "El Nevero"
06006 Badajoz
Tel.: 924 273 300. Fax: 924 270 554
mercabadajoz@mercabadajoz.es
www.mercabadajoz.es

Mercabarna

C/ Major, 76, Centro Directivo 5ª planta
Zona Franca Sector C
08040 Barcelona
Tel.: 935 563 500. Fax: 933 352 940
mb@mercabarna.cat
www.mercabarna.es

Mercabilbao

Barrio Ibarreta, 1
48970 Basauri (Vizcaya)
Tel.: 944 492 758. Fax: 944 406 603
mercabilbao@mercabilbao.es
www.mercabilbao.es

Mercacórdoba

Avenida de las Lonjas, s/n
14010 Córdoba
Tel.: 957 751 705. Fax: 957 751 664
admon@mercacordoba.com
www.mercacordoba.es

Mercagalicia

Polígono Industrial del Tambre, Vía la Cierva, s/n
15890 Santiago de Compostela (A Coruña)
Tel.: 981 563 136. Fax: 981 563 699
mercagalicia@gmail.com
www.mercagalicia.com.es

Mercagranada

Ctra. de Badajoz a Granada, km. 436
18015 Granada
Tel.: 958 276 300. Fax: 958 276 208
info@mercagranada.es
www.mercagranada.es

Mercairuña

Polígono Soto de Aizoaín
31080 Pamplona
Tel.: 948 303 615. Fax: 948 303 634
info@mercairuna.es
www.mercairuna.es

Mercajerez

Polígono Industrial "El Portal"
11408 Jerez de la Frontera (Cádiz)
Tel.: 956 144 013. Fax: 956 144 075
mercajerezsa@mercajerez.com
www.mercajerez.com

Mercalaspalmas

Cuesta de Ramón, s/n, Marzagán
35229 Las Palmas de Gran Canaria
Tel.: 928 717 860. Fax: 928 717 861
mercalaspalmas@mercalaspalmas.es
www.mercalaspalmas.es

Mercaleón

Carretera de Vilecha, s/n, 24192 León
Tel.: 987 210 001. Fax: 987 210 003
mercaleon@mercaleon.es
www.mercaleon.es

Mercamadrid

Centro administrativo, Avenida de Madrid, s/n
M-40 Salida 20
28053 Madrid
Tel.: 917 850 000. Fax: 917 860 099
mercamadrid@mercamadrid.es
www.mercamadrid.es

Mercamálaga

Avenida de José Ortega y Gasset, 553
29196 Málaga
Tel.: 952 179 363. Fax: 952 179 006
mercamalaga@mercamalaga.es
www.mercamalaga.es

Mercamurcia

Carretera de Mazarrón, km. 2
30120 El Palmar (Murcia)
Tel.: 968 869 130. Fax: 968 866 123
mercamurcia@mercamurcia.es
www.mercamurcia.es

Mercapalma

Cardenal Rosell, 182, Coll d'en Rebassa
07007 Palma de Mallorca
Tel.: 971 745 401. Fax: 971 492 905
mercapalma@mercapalma.es
www.mercapalma.es

Mercasalamanca

Ctra. de Salamanca a Vitigudino, Km. 1,1
37009 Salamanca
Tel.: 923 220 708. Fax: 923 282 280
merca@mercasalamanca.com
www.mercasalamanca.com

Mercasantander

C/ Joaquín Salas, 6
39011 Peña Castillo-Santander
Tel.: 942 330 400. Fax: 942 337 804
mercasantander@mercasantander.es
www.mercasantander.es

Mercasevilla

Autovía Sevilla-Málaga, Km. 1
41020 Sevilla
Tel.: 954 998 190. Fax: 954 510 895
secdirec@mercasevilla.com
www.mercasevilla.com

Mercatenerife

Polígono Industrial Mayorazgo, sector 2
38009 Santa Cruz de Tenerife
Tel.: 922 222 740. Fax: 922 222 741
mercatenerife@mercatenerife.es
www.mercatenerife.com

Mercavalencia

Carrera en Corts, 231
46013 Valencia
Tel.: 963 241 500. Fax: 963 241 515
info@mercavalencia.es
www.mercavalencia.es

Mercazaragoza

Carretera de Cogullada, s/n
50014 Zaragoza
Tel.: 976 464 180. Fax: 976 464 181
mz@mercazaragoza.es
www.mercazaragoza.es

> Grupo Mercasa

Red de Centros Comerciales de Mercasa

Arrecife

Avenida Medular, s/n
35500 Arrecife (Lanzarote)
Tel.: 928 815 260. Fax: 928 800 442
ccarrecife@mercasa.es

Centro Comercial La Plaza

C/ Antonio Cuéllar Grajera, s/n (Bº Pardaleras)
06003 Badajoz
Tel.: 924 207 054. Fax: 924 207 055
cclaplazaba@mercasa.es

El Centre de La Vila

C/ Arquitecto Sert, 7 – c
08005 Barcelona
Tel.: 932 210 909. Fax: 932 211 436
administracion@olympicmoll.com
www.elcentredelavila.com

Centro Comercial Opción

C/ Calderón de la Barca, s/n
33204 Gijón (Asturias)
Tel.: 985 336 899. Fax: 985 336 899
ccopcion@mercasa.es

Getafe-3

Avda. de Juan Carlos I, 1
28905 Getafe (Madrid)
Tel.: 916 652 672. Fax: 916 652 011
ccgetafe3@mercasa.es
www.getafe3.com

La Asunción

Paseo de las Delicias, s/n
11406 Jerez de la Frontera (Cádiz)
Tel.: 956 331 724. Fax: 956 331 724
cclaasuncion@mercasa.es

La Máquina

Avenida de las Huertas del Sacramento, s/n
24400 Ponferrada (León)
Tel.: 987 426 043. Fax: 987 426 043
cclamaquina@mercasa.es

Los Cipreses

Avenida de los Cipreses, s/n
37004 Salamanca
Tel.: 923 258 086. Fax: 923 282 172
ccloscipreses@mercasa.es

S'Escorxador

Avenida de la Emperatriz Eugenia, s/n
07010 Palma de Mallorca
Tel.: 971 750 604. Fax: 971 751 232
ccescorxador@mercasa.es



Paseo de La Habana, 180
28036 Madrid
Tel.: 913 500 609
Fax: 913 504 790
mercasa@mercasa.es
www.mercasa.es

