

INFORME
ANUAL 2015







Mercasa. Informe Anual 2015

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



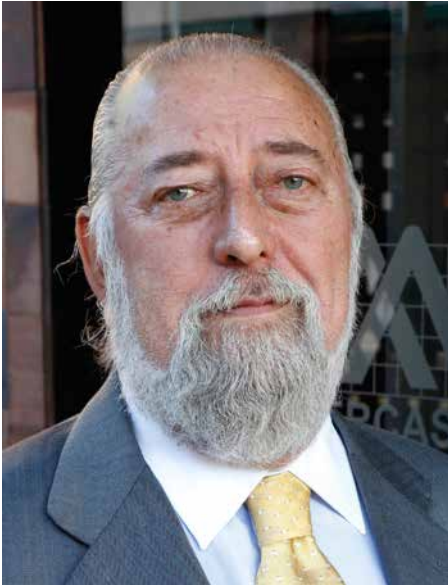
ÍNDICE

Carta del Presidente	5
Red de Mercas	9
Mercasa impulsa nuevos planes estratégicos en las Mercas.....	11
Actuaciones más destacadas en la Red de Mercas durante 2015	12
Compromiso de la Red de Mercas con los bancos de alimentos	29
Estructuras de la Red de Mercas.....	31
Comercialización mayorista en la Red de Mercas	36
Red de centros comerciales de Mercasa.....	67
Mercados minoristas	77
Mercados minoristas y proyectos especiales.....	79
Actividad internacional	83
Consortio Mercasa Incatema.....	87
Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM)	88
Asistencia técnica	89
Información y promoción	95
Información y promoción en la cadena alimentaria	97
Procedimiento de determinación de precios de frutas y hortalizas procedentes de terceros países	101
Acciones de información y comunicación de las actividades y objetivos de la aica ..	102
Promoción de los mercados municipales durante navidad	102
Gestión sostenible y de calidad	103
Mejora de los sistemas y procedimientos de control interno	105
Sistema de gestión de la calidad.....	106
Recursos humanos	107
Contratación responsable y eficaz	110
Cuentas anuales individuales.....	113
Cuentas anuales consolidadas	121
Consejo de administración, capital social, organigrama	131
Consejo de administración de Mercasa	133
Capital social de Mercasa.....	135
Organigrama de Mercasa	136

CARTA DEL PRESIDENTE



CARTA DEL PRESIDENTE



Eduardo Ameijide y Montenegro
Presidente de Mercasa

Mercasa continuó impulsando en 2015 la planificación estratégica de las Mercas del futuro, que se inició el año anterior con 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.

Con este objetivo, en 2015 Mercasa inició la elaboración coordinada de los planes estratégicos de las 23 Mercas, que favorecerán 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.

Coincidiendo con este debate, también en 2015 se impulsaron actuaciones e inversiones concretas en todas las Mercas, orientadas a la mejora continua de la gestión empresarial, la optimización de costes y mejora de la eficiencia, la remodelación y ampliación de instalaciones y servicios; y el desarrollo de actuaciones en materia de medio ambiente, sostenibilidad y responsabilidad social, destacando en este último apartado la vinculación creciente con la labor que desempeñan los Bancos de Alimentos, con instalaciones en el recinto de la mayoría de Mercas.

Este compromiso con la mejora de estructuras y servicios se traduce, entre otras cosas, en el refuerzo de la actividad de las más de 3.000 empresas que operan en la red de Mercas, de las que más de 2.000 son mayoristas de alimentación perecedera y no perecedera.

En 2015 se volvió a superar el record de comercialización, alcanzando para el conjunto de 23 Mercas un valor total de casi 12.000 millones de euros, equivalente al 1,1% del PIB español, y correspondiente a un volumen de comercialización superior a los 6,8 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 y que están llamadas, precisamente, a liderar el cambio estratégico hacia la Merca del futuro.

Cabe resaltar, en este ámbito, que 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 familias de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2015 ascendieron a unos 5,5 millones de toneladas, un 6,7% más que en año anterior, alcanzando un valor cercano a los 5.200 millones de euros. Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros rebasaron las 623.000 toneladas en 2015, un 7,3% más que en 2014, con un valor superior a los 4.000 millones de euros. En el caso de las carnes, durante 2015, la comercialización en la Red de Mercas superó holgadamente las 585.000 toneladas, con un valor de casi 2.400 millones de euros, y un incremento de las transacciones superior a los tres puntos porcentuales.

Con estos datos, las cuotas de mercado de la Red de Mercas –entendidas como la parte del

consumo total que ha sido comercializada por las empresas mayoristas implantadas en las Unidades Alimentarias– se elevan al 60% del total de frutas y hortalizas que se consumen en España (dentro y fuera del hogar), del orden de un 50% de los pescados y mariscos y de un 30% de las carnes, sin incluir transformadas.

Otra de las principales líneas estratégicas de actuación de Mercasa es la potenciación de los Mercados Municipales Minoristas como canal de distribución alimentos frescos. Con este objetivo, Mercasa desarrolla su Programa de Remodelación de Mercados Municipales Minoristas, parte del cual se enmarca en el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España, impulsado por el Ministerio de Economía y Competitividad, desde la Secretaría de Estado de Comercio y la Dirección General de Comercio Interior, que tiene por objeto dotar al comercio minorista de un conjunto de medidas de apoyo y fomento que establezcan las bases adecuadas para un crecimiento competitivo y equilibrado, en un marco de coordinación institucional. En el marco de este Plan Integral, la Secretaría de Estado de Comercio firmó en 2015 una Encomienda de Gestión a Mercasa para la elaboración de estudios técnicos-comerciales de mercados localizados en diversos municipios del territorio nacional.

Asimismo, a finales de 2015 se inauguró, como experiencia piloto, un primer establecimiento de la enseña Mercafresh, en Madrid. Dependiendo de los resultados de esta primera experiencia, Mercasa se planteará desarrollar un posible modelo de franquicia.

Por otra parte, en todos los Centros Comerciales de la Red de Mercasa se llevan a cabo continuas mejoras, para mantener los Centros Comerciales acondicionados y actualizados, con una imagen comercial atractiva que se adapte a las necesidades tanto de los clientes como de los operadores comerciales.

En el ámbito internacional, Mercasa continuó en 2015 reforzando su oferta de asistencia técnica y

consultoría especializada a aquellas autoridades que planean establecer nuevos mercados mayoristas y minoristas, o renovar y modernizar lo que ya tienen en funcionamiento. Dentro de esta línea de actividad, se ofrece consultoría en aspectos parciales del establecimiento y gestión de estudios de dimensionamiento comercial, estudios de viabilidad económico-financiera, diseños, anteproyectos y proyectos técnico-constructivos, cursos de capacitación, y también proyectos integrales de todo el proceso desde los primeros estudios hasta al apoyo a la puesta en marcha del mercado.

Para apoyar esta actividad de consultoría, tanto internacional como nacional, Mercasa cuenta, desde su creación, con una estructura propia de estudios y proyectos técnicos, que participa en el desarrollo de todas las actuaciones promovidas por la empresa.

A lo largo de 2015, 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 2015 cumplió 25 años; y el anuario Alimentación en España, que en 2015 llegó a su edición número 18. El impacto y la difusión de estas publicaciones se reflejan tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y descargas de contenidos desde la web de Mercasa.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, como medio propio de la Administración, Mercasa realizó en 2015, mediante varias encomiendas del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, destacando las relativas a promoción alimentaria, orientadas a favorecer

hábito de alimentos saludables entre la población escolar, bajo el concepto general de dieta mediterránea; y otras campañas genéricas, temáticas y sectoriales.

Por último, cabe destacar que en 2015 asumimos en Mercasa nuevos compromisos para favorecer procedimientos de gestión sostenibles y de calidad, incluida la evaluación y la supervisión de la eficacia de los sistemas de control interno y la gestión de los riesgos relevantes de la sociedad, garantizando que dichos controles sean suficientes y facilitando con ello la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa.

Todo ello en un año como 2015, previo a la conmemoración del 50 aniversario de Mercasa, cuya creación se aprobó mediante un decreto de 7 de abril de 1966. El artículo segundo de este decreto definía el objeto social de la empresa como “la construcción e instalación de mercados centrales, dotados de depósito, tipificación y lonja, explotación y gestión de los construidos e instalados, así como contribuir con su actuación al mejoramiento del ciclo de comercialización de los artículos alimenticios, con facultades para la realización de estos objetivos, no sólo en forma directa, sino mediante la constitución de sociedades mixtas con Corporaciones públicas y con particulares”.

Cincuenta años después, estoy convencido de que Mercasa ha cumplido con creces su objeto social durante todo este largo periodo. Como estoy seguro, igualmente, de que todo el personal de Mercasa tiene un firme compromiso profesional con el futuro de la compañía y su responsabilidad pública con la sociedad española.

Una realidad que se irá poniendo de relieve a lo largo de 2016, con las acciones conmemorativas del 50 aniversario de Mercasa, que podemos celebrar con la satisfacción del deber cumplido y el gran reto de seguir mirando al futuro.

RED DE MERCAS



MERCASA IMPULSA NUEVOS PLANES ESTRATÉGICOS EN LAS MERCAS



Mercasa continuó impulsando en 2015 la planificación estratégica de la Merca del futuro, que se inició el año anterior con 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.

Con este objetivo, en 2015 **Mercasa** inició la elaboración de los planes estratégicos de las 23 Mercas, que favorecerán 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.

ACTUACIONES MÁS DESTACADAS EN LA RED DE MERCAS DURANTE 2015

Las actuaciones más destacadas llevadas a cabo en la Red de Mercas durante 2015 se recogen a continuación, agrupadas en cinco líneas básicas:

- Superación del límite temporal de las Mercas
- Mejora continua de la gestión empresarial
- Optimización de costes y mejora de la eficiencia
- Remodelación y ampliación de instalaciones y servicios
- Actuaciones en materia de medio ambiente, sostenibilidad y responsabilidad social.

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 uno de los objetivos estratégicos de mayor relevancia, tanto para Mercasa como para la adecuada continuidad de las propias Mercas, 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 ubicados en sus instalaciones.

El Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público establece que 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, no siéndole en este caso de aplicación las normas sobre contratos de gestión de servicios públicos y, entre ellas, la que exige para dicho tipo de contrato un límite temporal máximo, pudiendo pasar en consecuencia a disponer de duración indefinida.

Al finalizar el ejercicio 2015, 17 Mercas cuentan ya con capital íntegramente de titularidad pública: Mercalgeciras, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mer-



cagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercaje-rez, 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 2015 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

Durante 2015 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

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.

En 2015 –y con la finalidad de compartir buenas prácticas- dicho grupo ha celebrado tres reuniones de trabajo en Alicante, Bilbao y Palma de Mallorca, en las que se analizó en profundidad el colectivo Personas: Estructura organizativa, competencias, desarrollo del talento, señalamiento de objetivos y retribución emocional. 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 al modelo, ha procedido a la pla-

nificación y ejecución de acciones de mejora identificadas en la fase de autoevaluación desarrollada en el ejercicio anterior.

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.

En Mercalgeciras se han impartido cursos para el personal propio y se ha procedido a la actualización de las aplicaciones informáticas de gestión empresarial.

La implantación de un departamento específico de Recursos Humanos en Mercalicante tiene como finalidad la mejora de la gestión y la capacitación de personas, incidiendo en el trabajo por procesos y en equipo.

La toma de datos de comercialización del Mercado de Frutas y Hortalizas de Mercalicante se ha automatizado con una plataforma web a la que acceden los mayoristas para comunicar su información comercial.

Mercalicante participó en 2015 en el I Foro RS organizado por la Cruz Roja de Alicante e Hidraqua.

Mercabarna ha seguido trabajando en 2015 para posicionarse como el Hub Alimentario del Mediterráneo-Barcelona y como centro logístico de primer orden para la distribución de alimentos frescos. Con la idea de potenciar este mensaje se ha participado activamente en dos ferias del sector hortofrutícola de ámbito internacional como son Fruit Logística (Berlín) y Fruit Attraccion (Madrid).

Asimismo, conjuntamente con el gremio de Mayoristas de Frutas y Hortalizas (AGEM) se ha llevado a cabo una importante labor para atraer a Mercabarna nuevos clientes internacionales. Para ello, a través de la Comisión de Exportación de la Asociación Clúster Alimentario de Barcelona, se han organizado cinco misiones comerciales inversas que tenían como finalidad mostrar

las potencialidades del Mercado de Frutas y Hortalizas a posibles compradores de países como Francia, Italia, Inglaterra, Irlanda y Polonia.

Las iniciativas encaminadas a potenciar la competitividad de las empresas implantadas en Mercabarna también han tenido un protagonismo especial durante 2015. Un ejemplo es la creación y entrega de los primeros premios "Mercabarna Innova", destinados a reconocer e incentivar los proyectos innovadores de las empresas de esta Unidad Alimentaria.

Se ha puesto en marcha el Observatorio de Tendencias de Mercabarna con el objetivo de estudiar tendencias emergentes y de futuro en el comercio y consumo de productos frescos y que puedan afectar al modelo de negocio de las empresas. En 2015 el Observatorio ha elaborado tres estudios, uno sobre la venta de productos frescos a través de Internet, otro sobre productos ecológicos y el tercero sobre las tendencias de compra de los comercios regentados por extranjeros.

En 2015 se han llevado a cabo acciones impulsadas por la Asociación Clúster Alimentario de Barcelona, entidad coordinada por Mercabarna, que han tenido como objetivo principal favorecer los contactos comerciales entre las firmas del Clúster y los representantes del sector de la gran distribución y de la restauración. Asimismo, se ha incidido en la colaboración con otros clústeres, con el objetivo de llegar a generar proyectos en común.

En 2015 Mercabarna ha renovado su web corporativa, tanto a nivel estético como funcional. Con esta renovación se potencia el papel de este portal como una herramienta de utilidad para todos los usuarios, pero también como una ventana abierta al mundo para proyectar la imagen de Mercabarna. Asimismo, se ha desarrollado la webapp Maps Mercabarna, un localizador de empresas que permite buscar a través de un dispositivo móvil cualquier firma y situarla en el mapa de la Unidad Alimentaria.

En 2015 Mercabilbao procedió a la elaboración de un nuevo Reglamento de prestación del servicio y de funcionamiento del mercado que aprobó provisionalmente el Ayuntamiento de Bilbao, restando al final de dicho ejercicio tan sólo la decisión final del mismo tras las alegaciones presentadas en la fase de exposición pública.

En la línea de internacionalización emprendida, se han realizado actividades de exportación vía Puerto de Bilbao hacia Inglaterra, previa consolidación de cargas en Mercabilbao, en el marco de colaboración con la Autoridad Portuaria de Bilbao. En esta misma línea de impulso a la logística exterior se enmarcan las visitas y la misión comercial con el Mercado Mayorista de Burdeos.

Mercabilbao ha llevado a cabo en 2015 una renovación de su estructura organizativa para la mejor atención de los nuevos objetivos que se ha señalado.

Durante 2015 en Mercacórdoba se ha llevado a cabo una serie de actuaciones buscando la mejora en la eficiencia:

- Se ha ampliado la virtualización de los sistemas informáticos, incorporando un sistema de almacenamiento compartido y un nuevo servidor para optimizar y distribuir la carga de trabajo.
- Se ha sustituido el programa de partes de trabajo por una versión actualizada y simplificada de desarrollo propio.
- Se ha llevado a cabo el análisis previo a la actualización de la versión del sistema ERP y los procesos relacionados con el mismo.

- Se ha incorporado a la web una tienda on line para la expedición de abonos de entrada de vehículos.

Mercacórdoba ha mantenido en pleno funcionamiento las dos Plantas Solares Fotovoltaicas de 100 kw cada una, con las que cuenta, cuya producción en 2015 fue de 349.908 kw, lo que supone una reducción de emisiones de CO2 de 84,4 Tn. Asimismo, continua a pleno servicio el colector de placas solares térmicas que surte todo el agua caliente necesaria y ofrece apoyo a la planta de climatización.

Por su parte, en Mercagalicia durante 2015 se procedió a la adquisición de nuevos equipos informáticos y de la licencia Microsoft Office 2016.

Para mejorar la gestión operativa y comunicación entre las áreas de la empresa, Mercagranada ha realizado mejoras sobre el software de gestión de incidencias y partes de trabajo (Mercagest) para incorporar aspectos de gestión de cobros y seguimiento de líneas de negocio.

Del mismo modo, Mercagranada impulsa la utilización de nuevas tecnologías a través del desarrollo de una Oficina Virtual, cuyos objetivos son la mejora de los servicios que se prestan, reforzar los procesos y apoyar las políticas de comunicación.

Con la misma finalidad, en Mercagranada se ha implantado Mercalink, un portal que favorece la promoción *on line* de cada una de las empresas

Para mejorar la gestión operativa y comunicación entre las áreas de la empresa, Mercagranada ha realizado mejoras sobre el software de gestión de incidencias y partes de trabajo (Mercagest) para incorporar aspectos de gestión de cobros y seguimiento de líneas de negocio

En el complejo cárnico de Mercamurcia se ha mantenido la homologación para sacrificio de marcas específicas de carne fresca y se ha mantenido el certificado de homologación del Matadero para proceder al sacrificio de ganado por el rito Halal, para exportación de canales a Argelia

inscritas. Por su parte, el diseño Web RWD (*Responsive Web Design*) tiene como objetivo tener, con un solo diseño web, una visualización adecuada en cualquier dispositivo como tabletas, teléfonos inteligentes, ordenadores portátiles, etc.

Durante 2015 se ha impartido en el Aula de Formación de Mercalaspalmas, en colaboración con la Asociación de Empresarios (ASEMERCA) un total de 36 Cursos de Formación, orientados a la mejora de la gestión empresarial y mejor calificación del personal de los operadores del mercado. En estos cursos se han impartido 1.603 horas lectivas y han participado 282 alumnos.

En el marco del Convenio entre el Ministerio de Comercio de Angola y el Consorcio Mercasa-Incatema Consulting para el desarrollo de la II Fase del CLOD de Luanda, Mercamálaga asumió el despliegue del programa de formación de 20 futuros gestores del centro logístico y distribución de Luanda (Angola).

En Mercamálaga se ha implantado una plataforma digital para clientes, orientada a mejorar el

servicio de atención a los mismos facilitándoles los trámites administrativos.

En el Plan de Formación de Mercamálaga para 2015 se han llevado a cabo 5 acciones formativas de diferentes materias y contenidos para personal propio. Asimismo se ha colaborado y apoyado la acción formativa de una empresa especializada instalada en la Unidad Alimentaria. En 2015 se impartieron 205 cursos en la modalidad presencial y *on line*, a un total de 493 alumnos.

Mercamálaga renovó en 2015 la certificación de calidad ISO 9001.

En Mercamurcia se ha procedido a la instalación de Hardware con el fin de actualizar los servidores y mejorar la eficiencia en el *reporting* automatizado. En base a ello se ha puesto en marcha un cuadro de mandos e implantado un ERP con sistema *Business Intelligence*.

Se han impartido en Mercamurcia 7 cursos de formación para el personal propio y organizado 3 jornadas formativas para personal de otras empresas.

En el complejo cárnico de Mercamurcia se ha mantenido la homologación para sacrificio de marcas específicas de carne fresca y se ha mantenido el certificado de homologación del Matadero para proceder al sacrificio de ganado por el rito Halal, para exportación de canales a Argelia.

Se han desarrollado diversas acciones del Plan de Formación para el personal de Mercamurcia: Manejo de las nuevas tecnologías implantadas, conocimiento del Plan de Responsabilidad Social Corporativa, manual de transparencia y acceso a la información pública, cultura organizativa trabajo en equipo, administrador de sistema Sage Murano.

Mercapalma, en el camino hacia la oficina sin papeles, ha dado por finalizada la implantación de la Gestión Documental, con lo que nóminas y facturas de compras y gastos se gestionan, auto-



rizan y firman digitalmente. También la información de los Consejos de Administración se facilita a través de un link que redirige a la Intranet mediante un acceso privado. Asimismo ha finalizado la integración Sage Murano para la asociación de los apuntes contables con las facturas de compras y gastos.

También ha finalizado en Mercapalma la automatización del presupuesto de Balance y de Período Medio de Pago, último paso del plan de automatización de procesos y la integración de sistemas. Asimismo, se ha ejecutado el Plan Interno Estructural aprobado por el Consejo de Administración, con el fin de conseguir el nivel y coste óptimo de la plantilla.

Con respecto a la explotación de la fibra óptica de Mercapalma se ha decidido mantener la adhesión al acuerdo Orange-Mercabarna para móviles y adherirse al contrato para fijos de Telefónica-Ayuntamiento de Palma.

Mercapalma ha desarrollado el proyecto del Centro de Innovación Agroalimentaria, haciendo especial hincapié en 5 ejes: Formación, Emprendedores, Innovación, Servicios y Foros de Trabajo. En 2015 se han realizado: 6 charlas, 2

cursos de formación, 4 foros de trabajo, apoyo a un proyecto potencial y captación de 2 empresas emprendedoras. Dentro de este proyecto se han firmado diferentes convenios para potenciar I+D+I, Fomentar la alimentación saludable y Voluntariado del personal de Mercapalma hacia el Banco de Alimentos.

En Mercasevilla se ha continuado con la implantación y formación del personal en el uso de la herramienta de gestión Navision y sus componentes. Se han homogeneizado todos los equipos existentes siendo todos de similares características y al mismo nivel en el uso de las correspondientes aplicaciones. También ha comenzado la implantación de tabletas para el uso de los empleados en los diferentes puntos de la Unidad Alimentaria para la captura de estadísticas, control de incidencias y de suministros.

En Mercatenerife se han colocado 4 pantallas en el pasillo de la Nave II, con el objeto de mejorar la difusión de los precios diarios en tiempo real y cualquier información de interés para los usuarios.

Mercatenerife ha suscrito un convenio con una empresa especializada en formación para reali-

zar cursos en sus instalaciones. En 2015 se han desarrollado 4 ediciones sobre el Certificado de Aptitud Profesional CAP, así como cursos para manipulador de alimentos y carretillero. Además, Mercatenerife ha renovado la certificación de calidad ISO 9001.

Mercavalencia ha firmado un Convenio con la Universidad de Valencia para colaborar en el desarrollo del Grado de Ciencias Gastronómicas, que comenzó a impartirse este curso. Mercavalencia colabora aportando su experiencia en el sector de la alimentación.

En 2015 Mercavalencia ha organizado charlas informativas con diferentes asociaciones de agricultores para tratar temas de especial interés como la ley de contratos, la normativa fitosanitaria, la trazabilidad, registro de plagas y enfermedades en las plantaciones agrarias y la tramitación de las ayudas agrarias. También, conjuntamente con las asociaciones de vendedores del Mercado de Flores y Plantas, se han organizado diferentes actividades y cursos de formación encaminadas a la promoción y formación comercial de este mercado.

Técnicos de AENOR realizaron en el Matadero de Mercavalencia la auditoría correspondiente al seguimiento de la certificación ISO 9001 para el alcance de sacrificio de ganado y despiece.

En el Centro de Formación de Mercazaragoza han seguido impartándose cursos destinados a la formación de profesionales minoristas de los sectores de carnes, pescados y frutas y hortalizas, como apoyo a la profesionalización de este segmento de actividad.

OPTIMIZACIÓN DE COSTES Y MEJORA DE LA EFICIENCIA

La amplitud de terrenos con que se dotaron las Unidades Alimentarias de la Red Mercasa para 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 han realizado mejoras en la iluminación del Mercado, con la reparación de un gran número de farolas y focos interiores.

La central de retorno de envases de Mercalicante, en colaboración con la Asociación de Mayoristas de Frutas y Hortalizas, cerró 2015 con 610.000 movimientos de envases, de los cuales más de 213.000 pertenecen al nuevo envase de la marca "Salud Mediterránea". Este envase conjunto supone para los mayoristas una mejora en los costes de gestión de envases y en la imagen externa.

Para la mejora de la eficiencia energética de Mercalicante:

- Se ha procedido a la instalación de un equipo de climatización para el edificio de oficinas que permite obtener un ahorro energético y un mejor servicio.
- Ha continuado la sustitución de luminarias por tubos y proyectores exteriores de LED.
- Ha seguido la instalación de detectores de presencia en zonas comunes, para que las luces se apaguen cuando no hay nadie.
- Se han colocado láminas térmicas en ventanas que filtran el calor solar.
- Se ha instalado un equipo autónomo de climatización que permite una mejor regulación térmica.
- Se han instalado 3 nuevos contadores en determinadas estancias para un mayor control de los consumos sectorizados.

En Mercasturias se han desarrollado las siguientes actuaciones relacionadas con la eficiencia energética: reforma eléctrica en las Naves 1 y 3; Alumbrado LED en pórtico y en emergencias en Centro Directivo; licitación del servicio de suministro eléctrico, incluyendo el potencial de clientes de la Unidad Alimentaria.

En Mercabilbao se han llevado a cabo acciones para la optimización del sistema de iluminación interior de los pabellones de frutas y hortalizas, sustituyendo luminarias de inducción por otras con tecnología LED de menor consumo.

Se ha procedido a la mejora de las cubiertas de los pabellones de pescados y de frutas y hortalizas de Mercabilbao con la adecuación de lucernarios y pintado de lamas, facilitando la iluminación natural. Se han acondicionado 1.000 m2 de placas traslúcidas.

El mantenimiento preventivo realizado en Mercabilbao en evitación de fugas ha posibilitado una reducción del consumo de agua en un 3%. El consumo eléctrico no ha variado prácticamente respecto del año anterior.

En materia de eficiencia energética se ha acometido en Mercacórdoba la instalación de sis-

temas más eficientes de iluminación, la revisión completa de la contratación de electricidad y la sustitución de un compresor en la fábrica de hielo del Mercado de Pescados.

Las inversiones realizadas en Mercagranada han permitido una reducción del consumo eléctrico en casi un 4%. En 2015 se han justificado ante la Agencia Andaluza de la Energía dos expedientes de subvención relacionados con la eficiencia energética. Continúa la tendencia a la baja en el consumo de agua.

Dentro de las acciones previstas en el Plan Energético de Mercalaspalmas se han realizado obras para la modernización de la iluminación de viales y exteriores con tecnología LED de mayor eficiencia energética.

La producción de la planta solar fotovoltaica de Mercalaspalmas en 2015 ha sido de 3,3 millones de kwh equivalente al 55% del consumo eléctrico de la Sociedad y del conjunto de operadores de la Unidad Alimentaria.

En Mercamálaga se ha procedido a la mejora de la infraestructura eléctrica de la Nave L, así como de las condiciones de aislamiento en las oficinas centrales, con la consiguiente reducción



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

del consumo energético y de ruidos. Se ha continuado en 2015 con la mejora del sistema de iluminación con la tecnología LED.

Durante 2015 se ha elaborado el informe preliminar del Plan de Eficiencia Energética de Mercamurcia que será desarrollado en distintas fases y contribuirá a disminuir el consumo de energía eléctrica. Por otra parte, la finalización de diversos contratos de servicios, como vigilancia, electricidad y gas natural, han permitido una nueva contratación con mejoras apreciables de costes.

Desde la óptica de nuevos servicios para los clientes de Mercapalma:

- Se ha construido un “Depósito Pulmón” para garantizar el abastecimiento en el caso de corte de suministros de agua hasta de siete días.
- Se ha presentado y aprobado el proyecto de “Refrigeración por agua de la capa freática” por la Consejería de Medioambiente.

Durante 2015 en Mercapalma se ha conseguido una disminución en el consumo eléctrico y un importante control de las mermas en la red de distribución de agua potable.

La asunción por el personal de Mercasalamanca de las tareas de mantenimiento ha supuesto una clara mejora en el aprovechamiento de los recursos humanos disponibles.

En Mercasevilla se han ejecutado obras de mejora y adecuación de cuadros eléctricos para solucionar anomalías detectadas en la auditoría

eléctrica y energética, que han afectado a 10 cuadros y a la colocación de 13 baterías de condensadores en diferentes puntos.

Por su parte, las reformas realizadas en la zona de carga del Matadero de Mercavalencia han permitido mejorar la logística de producción y los tiempos de carga.

En Mercazaragoza las actuaciones en materia de eficiencia energética se han centrado en motores y bombas, el aislamiento térmico de calderas y el control periódico del consumo eléctrico. Asimismo se ha procedido a la licitación del suministro eléctrico de la Unidad Alimentaria.

REMODELACIÓN Y AMPLIACIÓN DE INSTALACIONES Y SERVICIOS

Como ya se ha indicado, 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 llevado a cabo acciones de mejora en cubierta de la nave principal, en señalización y en control de consumo de agua, en evitación de fugas.

En la Nave ZAC 1 de Mercalicante se ha ignificado gran parte de su estructura metálica y sectorizado con paneles resistentes al fuego.

Mercasturias ha procedido a una reordenación física de los espacios comerciales con la finalidad de concentrar en una nave el Mercado de Frutas y Hortalizas, propiciando la incorporación de nuevos operadores de ZAC en los espacios liberados. Asimismo, se han llevado a cabo las tareas recurrentes de mantenimiento preventivo en cubiertas, solares y muelles.

En Mercabilbao se ha acometido la mejora de la iluminación del recinto y la puesta al día de los elementos de extinción de incendios y de autoprotección.

En Mercacórdoba se han acometido diversas actuaciones de renovación de instalaciones, entre ellas:

- Pavimentación de viales.
- Reordenación de espacios en las oficinas administrativas y en el Mercado de Frutas/Hortalizas, para la incorporación de nuevas empresas.
- Ampliación de la cubierta del Mercado de Pescados.
- Cerramiento exterior de placas de hormigón.

Mercacórdoba en 2015 ha desarrollado actuaciones de remodelación y modernización en mercados Municipales, en el marco de la Encomienda de Gestión otorgada por el Ayuntamiento de Córdoba.

Mercagalicia ha realizado acciones en reparación de muro y vallado en una nave, en pintura exterior de la Nave de Pescados, y en la fabri-

cación y montaje de estructuras metálicas para protección de material contra incendios.

En materia de seguridad se ha procedido en Mercagranada a las siguientes actuaciones: Talas de árboles enfermos, automatización de puertas de acceso a la depuradora, cámara de vigilancia, pintura señalización de final de muelle, instalación de LED de alta visibilidad en barreras de entrada.

En Mercamadrid, en materia de seguridad y movilidad, se han desarrollado las siguientes actuaciones:

- Continuación de los servicios y suministros para la implantación de subsistemas de seguridad y movilidad.
- Finalización de las obras de reforma de accesos.
- Contratación de los servicios de mantenimiento y soporte técnico para los sistemas de seguridad y movilidad.
- Contratación de servicios para la prestación de tareas de movilidad en dependencias y zonas de uso común, incluida la ampliación.
- Contratación del suministro, instalación y puesta en marcha de los sistemas de gestión de los peajes.
- Contratación de los servicios de mantenimiento integral de sistemas y medios de protección contra incendios en dependencias y zonas de uso común.
- Contratación de los servicios para la prestación de control de aves.

En Mercamálaga se ha elaborado un estudio técnico de los equipos contraincendios con la finalidad de modernizar el actual sistema.

En Mercasevilla se han instalado nuevas BIES (Contraincendios) en el Pabellón Polivalente.

En el Mercado de Frutas y Hortalizas de Mercabarna se ha ejecutado la primera obra prevista en el proyecto de actualización del mismo: la renovación de la red de abastecimiento de agua de los siete Pabellones de este Mercado, que se enmarca en el acuerdo firmado en 2014, entre el Ayuntamiento de Barcelona, Mercabarna,

el Gremio de Mayoristas de Frutas y Hortalizas (AGEM) y los representantes de las cooperativas agrícolas del Mercado para una profunda renovación de este complejo mayorista.

Respecto del Mercado de Pescados han continuado las obras de actualización iniciadas en 2014, finalizando el refuerzo del falso techo, la remodelación de los vestuarios y la adecuación de las instalaciones eléctricas de baja tensión. También han concluido las obras de mejora del Pabellón Polivalente y las de ampliación del almacén cedido al Banco de Alimentos.

En Mercabilbao se ha contratado la elaboración de un Plan Director para la modernización de las infraestructuras, con el objetivo de conocer en profundidad el estado de las instalaciones y las necesidades de su adecuación.

En materia de mantenimiento y mejora de la funcionalidad de las instalaciones de Mercabilbao, se han realizado las siguientes actuaciones: la reparación y adecuación de los muelles del frigorífico general; el saneamiento y pintado de la estructura metálica de los pabellones del Mercado de Pescados; la adaptación progresiva de la instalación de baja tensión de este mercado y la mejora de los lucernarios de sus pabellones. Se completan estas actuaciones con el desarrollo de las tareas habituales de mantenimiento preventivo y calibraciones de equipos.

En Mercagranada se han llevado a cabo actuaciones en diversas naves: impermeabilización de cubiertas; renovación de suelo antideslizante; pintura de resina; reparación puertas; muelles de carga-descarga; cambio de rótulos luminosos; sistema de videoconferencia. Asimismo, se han renovado diversas instalaciones en la depuradora.

En la Nave II de la ZAC de Mercajerez se han llevado a cabo obras de adaptación con levantamiento de muro y acondicionamiento de puerta.

En las Naves A y B del Mercado de Frutas y Hortalizas de Mercalaspalmas se ha llevado a cabo la

remodelación de todas las fachadas mediante la sustitución de las puertas metálicas tipo tijera por puertas automatizadas de paneles frigoríficos y la sustitución de las divisiones tipo mallado metálico en la zona de producto local por paneles frigoríficos, lo que mejora la estética y funcionalidad del mercado y fomenta la refrigeración de los módulos.

En Mercamadrid se han acometido diversas obras en los Mercados de Frutas y Hortalizas y de Pescados: reparación de pavimentos; cerramientos exteriores; puertas automatizadas; sustitución de la red interior de abastecimiento de agua. Asimismo, se ha procedido a la contratación del suministro de energía eléctrica y de la correduría de seguros.

En Mercamálaga se cambiaron las cubiertas en tres naves del Mercado de Frutas y Hortalizas, se ha sustituido el centro de transformación eléctrica y sustituido las ventanas de la oficina de administración.

En Mercamurcia se han efectuado obras para la adaptación de diversos locales para la incorporación de nuevas actividades. Asimismo, se ha procedido a la renovación de varias instalaciones: equipos y material del Matadero, equipo frigorífico, mobiliario y equipos de administración, equipos de climatización, señalización horizontal y pórtico de entrada.

Se han finalizado las obras de construcción de 2 naves en Mercapalma, una para la incorporación de un nuevo operador y la segunda para ampliación del pabellón de gestión de envases y otros usos. Asimismo, se han llevado a cabo importantes obras de reparación: asfaltado de los laterales de un pabellón y sustitución de seccionadores en la red de media tensión.

Mercapalma procedió a la licitación del suministro eléctrico y del control de plagas en pabellones y zonas comunes.

Durante 2015, en Mercasalamanca se han realizado obras para la instalación de marquesinas

en el Mercado de Frutas y Hortalizas y para la impermeabilización de la zona de mantenimiento de dicho mercado.

Mercasevilla desarrolló en 2015 una intensa actuación para renovación y mejora de naves y viales: Nuevas acometidas eléctricas; nueva red de distribución de agua potable; nuevo aparcamiento; nuevas acometidas de agua potable; asfaltado; señalización; canalización para alumbrado; circuito cerrado de televisión, etc.

En 2015, Mercatenerife procedió a la ejecución de obras para reparación de pavimentos y mejora de la señalización horizontal, así como para la renovación de las instalaciones de enlace eléctrico en la Nave II, que resultó dañada con ocasión de un incendio.

Mercazaragoza centró en 2015 sus inversiones en la adquisición de terrenos para la ampliación de establos en el Matadero y para la ampliación de TMZ; la renovación de cubiertas en el Matadero y la reconstrucción de cámaras frigoríficas. Adicionalmente, se han realizado mejoras en la red de alumbrado y se han acondicionado diversas naves en ZAC

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 Mercas 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.

Mercalicante renovó la certificación ISO 14001 medioambiental.

En 2015 Mercalicante se separaron 147 Tn de residuos con destino a reutilización y reciclado. Tras licitación pública se adjudicó el nuevo servicio de limpieza y evacuación interna de residuos de Mercalicante.

En materia de seguridad alimentaria, Mercalicante está apoyando a las empresas mayoristas en la implantación de los sistemas de autocontrol, poniendo a su disposición profesionales que les han ayudado para la adecuación de la trazabilidad de los productos.

Mercasturias, en materia de gestión de residuos ha acometido la modificación parcial del paso de las rejillas en los vierteaguas bajo muelles, al objeto de reducir el vertido de sólidos orgánicos a las arquetas de decantación o a la red de saneamiento. Asimismo, ha procedido a la renovación de contenedores para residuos orgánicos, plástico y cartón.

Respecto de la gestión de residuos, en Mercabarna destacan un año más los buenos niveles de reciclaje. En total se recicló el 72 % de los residuos comerciales generados por la actividad de los mayoristas y minoristas de la Unidad Alimentaria.

Mercabilbao renovó la certificación ISO 14001 medioambiental.

En 2015 entró en vigor el nuevo contrato de recogida de residuos y limpieza de Mercabilbao, apostando por una mayor valorización y un aumento de las exigencias en la prestación del servicio.

La recogida de residuos en 2015 en Mercabilbao (642,5 Tn) experimentó un crecimiento del 65,4% respecto del año anterior, consecuencia del resultado de la campaña de sensibilización llevada a cabo. Asimismo, creció un 3% la recogida de residuos asimilables a urbanos. El porcentaje total reciclado sobre el total de residuos generados fue 38,4%.

En Mercacórdoba se renovaron 20 contenedores de carga lateral para residuos orgánicos.

El porcentaje de residuos separados en Mercagranada en 2015 fue del 73,2%, fruto de la campaña de concienciación, de los convenios firmados con los operadores y las gestiones con los gestores de residuos.

En 2015 Mercacórdoba ha continuado con el desarrollo y mejora de su Plan Integral de la Gestión de Residuos:



- Consolidación de la recogida selectiva de residuos, segregando el cartón, la madera y los residuos orgánicos. Todo ello en el entorno del Punto Limpio y mediante el uso de compactadores.
- Retirada de subproductos de pescados, SAN-DACH categoría 3, que sirve de soporte legal para el Registro Sanitario del Mercado de Pescados.
- Retirada de residuos peligrosos, actividad gestionada en colaboración con empresa autorizada y acreditada por la Junta de Andalucía.

Asimismo, Mercamálaga renovó en 2015 la certificación ISO 14001 medioambiental.

Mercamurcia contrató en 2015 un estudio de diagnóstico y mejoras posibles para el sistema de depuración y el tratamiento de fangos. En la estación depuradora se procesan también los vertidos de las empresas cárnicas instaladas en la Unidad Alimentaria.

En 2015 en Mercasalamanca se recuperaron 115 Tn de residuos entre: cartón, EPS, plásticos de retráctil y madera.

Asimismo, se está llevando a cabo en Mercasalamanca una remodelación del Punto Limpio a los efectos de mejorar la prestación del servicio.

En Mercasevilla se han intensificado las campañas de concienciación a los usuarios en materia de residuos y continuado la disminución de los generados en la Unidad Alimentaria.

Se ha renovado en Mercatenerife la certificación medioambiental ISO 14001.

Los residuos generados en Mercatenerife en 2015 fueron 2.153 Tn, respecto de los cuales el porcentaje de los separados pasó del 59 % en 2014 al 76 % en 2015.

Del estudio realizado por Mercatenerife respecto de los sistemas de depuración de aguas residuales, se consideró como más adecuado el de depuradora biológica compacta fosa-filtro, sobre

el que se redactó el correspondiente proyecto, solicitados los permisos y licencias correspondientes e iniciado las obras para su puesta en funcionamiento.

En Mercazaragoza todos los residuos producidos en la Unidad Alimentaria son seleccionados y eliminados por gestores autorizados.

En Mercalicante el 100 % de la energía utilizada procede de energías renovables según certificado emitido por la compañía suministradora.

Mercalicante colabora con la entidad *Nazaret* en su programa de reinserción laboral para jóvenes en exclusión social. Han empezado ya a trabajar en empresas instaladas en la Unidad Alimentaria.

En Mercabarna se han convocado de nuevo las Becas Mercabarna, unos incentivos económicos que se conceden a las empresas del recinto para fomentar la contratación de jóvenes universitarios y de personas en paro. En 2015 se consiguió la contratación de 19 personas, 12 de las cuales eran parados que se habían formado en alguno de los cursos ocupacionales que ofrecen los Servicios de Formación de la Sociedad, y 7 eran graduados universitarios.

En Mercabarna se ha seguido trabajado para fomentar el uso de energías limpias. Un ejemplo de ello ha sido la instalación de cuatro puntos de carga para vehículos eléctricos. Otro ejemplo es que se ha seguido trabajando en el proyecto de construcción de una red propia, más ecológica y sostenible, para suministrar frío a las empresas de la Unidad Alimentaria.

En Mercacórdoba se han sustituido los refrigerantes de la fábrica de hielo del Mercado de Pescados por otros de nueva formulación más respetuosos con el medio ambiente.

En Mercamálaga se ha procedido a la sustitución de las cubiertas antiguas de fibrocemento en 3 Naves del Mercado de Frutas y Hortalizas. Junto

al incremento en seguridad, se han mejorado las condiciones de aislamiento y luminosidad.

Se ha puesto en servicio en Mercamálaga una nave de SSGG con la que se consigue una mejora en el control operacional en el almacenamiento de diversos productos químicos y una reducción en el riesgo medioambiental que el manejo de estos productos conlleva.

Mercapalma ha ejecutado en 2015 las acciones previstas en su Plan de Responsabilidad Social Corporativa: Adaptación de procedimientos internos, licitación y realización del Plan de Comunicación y desarrollo del proyecto de Centro de Innovación Agroalimentaria.

Durante 2015 Mercavalencia ha realizado inversiones en la unidad cárnica del Matadero para lograr la certificación como "matadero ecológico de la Comunidad Valenciana". Igualmente se han puesto en marcha nuevas inversiones para la mejora de las condiciones sanitarias cuyos objetivos finales son la acreditación de las diferentes normas de seguridad alimentaria internacionales, mejorando la gestión medioambiental del conjunto cárnico.

En materia de promoción de hábitos saludables, Mercalicante repartió 20.556 kg de fruta fresca en las 122 actividades de carácter deportivo, educativo y solidario en las que ha colaborado u organizado en 2015. Se estima que en estos encuentros participaron algo más de 57.000 personas.

Entre los eventos deportivos organizados por Mercalicante destaca el IV Cross "Mercalicante Salud Mediterránea", con participación de 400 niños. Destacan, asimismo, las visitas de colegios a las instalaciones de la Unidad Alimentaria. En 2015 se han producido 55 visitas de centros escolares, en las que han participado unos 3.285 niños.

Durante 2015 se produjeron nuevas acreditaciones de fruterías con la marca "Mercalicante Salud Mediterránea"

Ha continuado la participación de escolares en las campañas educativas que organiza Mercabarna conjuntamente con las asociaciones de mayoristas: "5 al día", "Crece con el pescado" y "Flores y plantas cada día".

En materia de promoción de un mayor conocimiento de Mercabarna, en 2015 la acción más destacada ha sido la celebración de la "1ª Carrera Mercabarna", que transcurrió por las calles e instalaciones del recinto, y que reunió a 3.500 personas.

Mercabarna sigue reforzando su compromiso con el despilfarro alimentario. A estos efectos encargó un estudio a la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y a la Plataforma Aprovechamos los Alimentos (PAA) para minimizar aún más el volumen de pérdidas alimentarias que se producen en la actividad del recinto.

Han continuado los esfuerzos para potenciar la marca Mercabilbao, no sólo como referente puramente comercial en ferias como *Fruit Logistica de Berlín* o *Fruit Attraction* de Madrid, sino como una puesta en valor del compromiso social que representa. En este sentido merece destacarse la labor de sensibilización hacia un consumo responsable y saludable, que anualmente se lleva a cabo con las visitas de cientos de escolares, así como la colaboración en eventos gastronómicos y deportivos.

En Mercacórdoba se ha seguido desarrollando la actividad "Del campo y del mar al comercio vecinal", en la que han participado 94 centros educativos y un total de 3.900 escolares. Se han continuado desarrollando las actividades de dinamización de los establecimientos del comercio vecinal. Asimismo, se ha elaborado un diagnóstico sobre la presencia *on line* de Mercacórdoba y su marca a los efectos de definir las futuras estrategias.

El programa nutricional "Conoce Mercagranada y los alimentos" ha alcanzado en 2015 los 3.449 escolares, de 50 centros educativos. Estas visi-

tas se han complementado con “Charlas a Colegios”, incrementando la cifra de escolares en 88.

Mercagranada ha colaborado en 10 eventos sociales promoviendo hábitos de consumo saludable, así como la práctica deportiva, entre estos pueden destacarse la Universiada, Media Maratón Ciudad de Granada, Evento en San Agustín y Jornada Inter-vegas.

Mercamálaga ha colaborado con las instituciones, Ayuntamiento de Málaga, y Asociación de Mayoristas de Málaga (ACMERMA) en eventos de carácter deportivo, incidiendo en el mensaje de una alimentación saludable mediante el consumo de frutas: Media Maratón de Málaga, Carrera de la Mujer, así como visitas escolares a la Unidad Alimentaria, página web “Come bien, crece fuerte”, etc.

En 2015 Mercamálaga participó en las Jornadas del 4ª Foro Europeo de carácter tecnológico.

En cuanto a la difusión de Mercamálaga a través de diferentes soportes, se han originado 568 apariciones entre medios escritos, *on line*, televisión y radio.

En 2015 han continuado organizándose visitas de diferentes sectores interesados en el conocimiento de los mercados mayoristas, en las que Mercamálaga expone su importancia y responsabilidad como garantía de oferta alimentaria y desarrollo de estructura empresarial, laboral y social.

A los efectos de modernizar su imagen Mercamurcia ha desarrollado una nueva versión de su logotipo, una nueva página web y ha incluido un eslogan en su faldón de firmas.

En 2015 Mercamurcia ha aportado fruta para consumo de los participantes en 2 eventos deportivos: Ocean Lava 2015 y Carrera San Silvestre Murciana.

Mercapalma, como socio del Forum Institucional de la Calidad en el Sector Público de las Islas Ba-

Mercamálaga ha colaborado con las instituciones, Ayuntamiento de Málaga, y Asociación de Mayoristas de Málaga (ACMERMA) en eventos de carácter deportivo, incidiendo en el mensaje de una alimentación saludable mediante el consumo de frutas: Media Maratón de Málaga, Carrera de la Mujer, así como visitas escolares a la Unidad Alimentaria, página web “Come bien, crece fuerte”, etc

leares, participó en la Trobada 2015, en el marco de la Calidad y el Turismo, con una presentación sobre la Unidad Alimentaria.

En 2015 Mercasalamanca continuó organizando visitas guiadas de escolares. Asimismo, colaboró con organizaciones que promueven actividad deportiva, con la aportación de 2.700 Kg de fruta.

La participación de Mercatenerife en los medios de comunicación puede resumirse en las siguientes actuaciones:

- Programa especializado del sector “Mar y Tierra de El Día Tv” y espacio de cocina de del programa de radio “La Tarde de El Día”.
- Dos campañas del anuncio corporativo de la Sociedad en televisión nacional.
- Publicación de anuncios e informes divulgativos del sector primario en suplementos de

prensa local. Además todos los domingos se ha publicado un resumen de precios en tres periódicos locales.

- Durante 2015, campaña de divulgación y promoción de las instalaciones de la Unidad Alimentaria con una webserie denominada “24 horas en Mercatenerife”, que se ha difundido en varias televisiones locales, teniendo notoriedad los videos colgados en el canal de la Sociedad en *You Tube*.
- Buenos resultados obtenidos en el crecimiento continuado tanto de *Facebook* como de *Twitter*.

En Mercatenerife durante 2015 se han realizado 17 visitas escolares a los efectos de darles a conocer las instalaciones de la Unidad Alimentaria. Asimismo, se aportaron frutas/hortalizas para diversos eventos relacionados con hábitos de consumo saludable, deporte, solidaridad y responsabilidad social corporativa: cestas de frutas para la Casa de Mayores de Buenavista del Norte, Centro Ocupacional Comarcal Isla Baja y “Foro Cocinarte”.

En Mercalicante en cuanto a protección de usuarios se ha hecho hincapié en la coordinación de actividades empresariales, se ha actualizado la formación del personal en Planes de Autoprotección y Emergencia y se ha realizado un simulacro de incendio en el edificio administrativo.

Mercasturias procedió a la instalación de cámaras para aumentar la cobertura de visualización con el objetivo de una mejor detección de posibles incidentes en los viales y una mejor identificación de vehículos implicados.

Mercabilbao, en materia de acciones de buen gobierno, ha instaurado un Código Antiviolenencia y se ha adherido al Código Ético de Conducta del Ayuntamiento de Bilbao.

En 2015 Mercalaspalmas ha obtenido la certificación de calidad OSHAS 18001, por la que se acredita su Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo, habiendo superado con éxito

la preceptiva auditoría realizada por la empresa certificadora *Bureau Veritas*.

Mercamálaga ha obtenido también en 2015 la certificación OSHAS que acredita su Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo.

En el Plan de Formación de Mercamálaga se impartió un total de 37 acciones formativas en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo y Planes de Emergencia y Autoprotección.

Mercamurcia viene desarrollando para la actividad del Matadero un sistema de autocontrol de APPCC. La revisión de riesgos establecidos en las diferentes secciones se realiza con frecuencia semanal, y con sus resultados se propician comunicaciones internas dirigidas a la subsanación de incidencias. Este sistema de control se ha incorporado a los Mercados de Frutas/Hortalizas y de Pescados.

En Mercapalma se ha habilitado un espacio como Sala de Curas y revisiones médicas para clientes y trabajadores de la Unidad Alimentaria. Dicha Sala está equipada con desfibrilador.

En Mercasevilla, en materia de Prevención de Riesgos Laborales, se han realizado las siguientes acciones:

- Aumento de las rondas de control de cumplimiento de la Ley de PRL en toda la Unidad Alimentaria.
- Revisiones periódicas y órdenes de mantenimiento programado de la señalización en esta materia.
- Formación de responsables y trabajadores en esta materia, así como reuniones programadas de responsables de áreas para seguimiento y planificación de nuevas acciones al respecto.

En lo referente a seguridad, en Mercasevilla se han analizado y reordenado los recursos humanos y medios materiales para una mayor eficiencia frente a situaciones de riesgos, aumentándose considerablemente el número de cámaras instaladas.

COMPROMISO DE LA RED DE MERCAS CON LOS BANCOS DE ALIMENTOS

Entre las actuaciones emprendidas por las Mercas durante 2015, en colaboración con los Bancos de Alimentos ubicados en sus instalaciones, destacan las que se recogen a continuación.

Mercalicante ha promocionado al Banco de Alimentos, incluyendo la recogida de alimentos en las carreras solidarias en las que ha participado. Asimismo se colocan cestas de recogida de alimentos repartidas en el recinto de la Unidad Alimentaria para promover la colaboración de las empresas y sus empleados.

En Mercalicante, la superficie cedida gratuitamente, al igual que los servicios añadidos, al Banco de Alimentos es de 627 m², lo que supone para esta entidad un ahorro de 3.760 €/mes. Este Banco de Alimentos en 2015 distribuyó 4.793 Tn de productos a 225 entidades con 46.000 beneficiarios. La cantidad distribuida supone un incremento del 56 % respecto del año anterior.

Los empleados de Mercalicante han entregado un año más el importe de la comida de Navidad a un nuevo proyecto solidario "Empresas solidarias de la Provincia de Alicante". La recaudación posibilitó la entrega de 1.500 lotes de alimentos, y el resto se repartió a 42 entidades benéficas que ayudan al pago de facturas a familias necesitadas.

Mercasturias tiene cedida al Banco de Alimentos una superficie de 108 m². La cantidad de alimentos gestionados por este Banco en 2015 fue de 105.969 Kg, todos ellos aportados por cuatro mayoristas de esta Unidad Alimentaria.

En 2015 las empresas de Mercabarna se han volcado de manera significativa con el Banco de Alimentos. En total se han donado 978 Tn de frutas y hortalizas, lo que representa un incremento del 66,3% respecto a 2014. Mercabarna además ha realizado obras de ampliación del almacén que cede al Banco de Alimentos, con lo que se ha dotado de mayor espacio para desarrollar de manera más cómoda y eficiente las tareas de recepción y selección de los alimentos frescos.

El Banco de Alimentos de Vizcaya viene desarrollando una intensa labor de distribución de alimentos obtenidos de los mercados en las instalaciones de Mercabilbao.

El Banco de Alimentos de Córdoba cuenta con una superficie estable de 250 m² cedida por Mercacórdoba a la que hay que sumar la cesión temporal de otros 250 m², todo ello de forma gratuita, equivalente a unas rentas de 17.250 €/año. Este Banco de Alimentos en 2015 gestionó 2.202.000 kg, de los que 1.550.000 fueron de frutas y hortalizas, 2.000 de pescado fresco y 650.000 de otros alimentos.

Las cantidades gestionadas por el banco de alimentos de Mercagranada en 2015 fue de 4.799 Tn, 166 de las cuales fueron aportadas por mayoristas de la Unidad Alimentaria. La superficie comercial de Mercagranada cedida gratuitamente al Banco de Alimentos es de 540 m², equivalente a unas rentas de 40.000 €/año. Mercagranada colabora activamente con el Banco de Alimentos organizando eventos que le generen donaciones, o participando y difun-



diendo en sus medios de comunicación lo que el Banco promueve.

Mercalaspalmas tiene cedida al Banco de Alimentos una superficie de 920 m² con una reducción de 17.600 €/año respecto al valor de alquiler de dicha superficie. La cantidad de productos gestionados por el Banco de Alimentos de Mercalaspalmas en 2015 fue de 2.557 Tn de las que 112 corresponden a frutas y hortalizas aportadas por 15 mayoristas de esta Unidad Alimentaria.

La aportación de las empresas mayoristas de Mercamálaga al Banco de Alimentos en 2015 fue de 670 Tn de frutas y hortalizas. La superficie cedida de forma gratuita es de 180 m², lo que les supone un ahorro 4.052 €/mes.

Mercapalma tiene suscrito con el Banco de Alimentos y el Ayuntamiento de Palma de Mallorca, por el que le cede de forma gratuita un espacio de 200 m² y, adicionalmente, alquilados otros 200 m² con una bonificación del 66 %. Todo ello le supone a aquella entidad un ahorro de 3.170 €/mes. La cantidad de productos gestionados por el Banco de Alimentos de Mercapalma en 2015 fue de 1.114 Tn, de las que en torno a un 30% fueron aportadas por empresas mayoristas de esta Unidad Alimentaria.

El Banco de Alimentos de Salamanca ha gestionado 2.892 Tn en 2015 desde las instalaciones de Mercasalamanca.

Mercatenerife tiene cedida gratuitamente al Banco de Alimentos una superficie de 540 m², más un espacio de 450 m² a precio bonificado. Todo ello le supone un ahorro de 8.972 € mensuales. La cantidad de productos gestionadas por el Banco de Alimentos de Mercatenerife en 2015 fue de 1.536 Tn.

El Banco de Alimentos dispone en Mercasevilla de una superficie de 418 m² cedidos gratuitamente, lo que supone un ahorro de 2055 €/mes. La cantidad de productos gestionados desde el Banco de Alimentos de Mercasevilla en 2015 fue de 2.143 Tn, 357 de las cuales fueron aportadas por 20 empresas mayoristas de la Unidad Alimentaria.

Mercazaragoza ha participado intensamente en el programa municipal solidario "Zaragoza redistribuye" en colaboración con el Ayuntamiento de Zaragoza y el Banco de Alimentos para hacer llegar alimentos a los colectivos más necesitados. Para el adecuado desarrollo de esta operación Mercazaragoza ha aportado importantes recursos materiales, técnicos y humanos; además de ceder espacios adicionales a los que ya venía aportando de forma gratuita al Banco de Alimentos.

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 3.100 empresas, de las que en torno a 1.900 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 constituyen un 40% 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 26.750 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 ge-

nera un tránsito muy representativo de personas y vehículos. Durante 2015, por las 23 Unidades Alimentarias transitaban cerca de 18,5 millones de vehículos (71.000/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 77.000 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	22	17	8	3

(*) Mercado complejo cárnico. 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	1.630	12.028	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	18.872	54.175	201.876	274.923
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	939.679	2.333.752	4.479.964	7.753.395

⁽¹⁾ Zona de Actividades Complementarias.

⁽²⁾ En el total de Mercamadrid, se incluyen 453.492 m² de la ampliación.

ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

SUPERFICIE EN LA RED DE MERCAS (m²)

	MERCADO F.Y.H.	MERCADO PESCADOS	MERCADO CARNES	MERCADO FLORES	Z.A.C. ⁽¹⁾	ADMIN.	VIALES	APARC.	OTRAS AREAS	TOTAL MERCAS ⁽²⁾
Mercalgeciras		1.630			12.028		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	13.576	5.296			54.175	2.977	138.870	34.371	25.658	274.923
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		360.795	5.400	92.900	61.931	75.267	700.000
Total	565.554	144.679	170.855	58.591	2.333.752	72.563	1.797.604	784.757	1.825.040	7.753.395

⁽¹⁾ Zona de Actividades Complementarias.

⁽²⁾ En el total de Mercamadrid, se incluyen 453.492 m² de la ampliación.

ESTRUCTURAS DE LA RED DE MERCAS

NÚMERO DE EMPRESAS MAYORISTAS IMPLANTADAS

	F.Y.H.	PLÁTANOS	PESCADOS	CARNES	FLORES	OTROS ^(*)	TOTAL MERCAS
Mercalgeciras			9			7	16
Mercalicante	28	1				57	86
Mercasturias	11					14	25
Mercabadajoz	4		2			22	28
Mercabarna	159		69	12	44	411	695
Mercabilbao	30	3	23			46	102
Mercacórdoba	23		12			22	57
Mercagalicia	7					6	13
Mercagranada	29	2	17			68	116
Mercairuña	12		7			16	35
Mercajerez	11		1			23	35
Mercalaspalmas	187		4			61	252
Mercaleón	10		6			8	24
Mercamadrid	150	10	153	57		192	562
Mercamálaga	51		24			27	102
Mercamurcia	51		4	12	5	65	137
Mercapalma	34	1		4		57	96
Mercasalamanca	17	3	5			19	44
Mercasantander	18					31	49
Mercasevilla	59	1	45	1		72	178
Mercatenerife	30	1				54	85
Mercavalencia	52		22	10	50	96	230
Mercazaragoza	31		14			98	143
Total	1.004	22	417	96	99	1.472	3.110

(*) 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 2015 un valor total de casi 12.000 millones de euros, equivalente al 1,1% del PIB español, y correspondiente a un volumen de comercialización superior a los 6,8 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 sistemas y programas para se-



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 2015 se vendieron de esta forma unas 105.000 toneladas

guimiento 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. 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 2015 ascendieron a unos 5,5 millones de toneladas, un 6,7% más que en el año anterior, alcanzando un valor cercano a los 5.200 millones de euros. Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros rebasaron las 623.000 toneladas en 2015, un 7,3% más que en 2014, con un valor superior a los 4.000 millones de euros. En el caso de las carnes, durante 2015, la comercialización en la Red de Mercas superó holgadamente las 585.000 toneladas, con un valor de casi 2.400 millones de euros y un incremento de las transacciones superior a los tres puntos porcentuales.

CUOTAS DE MERCADO

Los volúmenes comercializados en 2015 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– que, incluidos todos los servicios (Mercados y ZAC), significaría canalizar en torno a un 60% del total de frutas y hortalizas que se consumen en España (hogar + extradoméstico), del orden de un

50% de los pescados y mariscos y de un 30% 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. El crecimiento de las ventas frente a la desaceleración que aún retiene el consumo refuerza el papel de las Mercas como canal de suministro de productos perecederos.

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 2015 se vendieron de esta forma unas 105.000 toneladas, equivalentes a un 9% 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 similar a lo realizado en años 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 18,9 millones de euros.

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS

EN LOS MERCADOS CENTRALES MAYORISTAS / 2015

VALOR DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS ⁽¹⁾	MILLONES DE EUROS
GRUPO	TOTAL
FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS	4.351,5
PESCADOS Y MARISCOS	2.797,1
CARNES	1.794,3
TOTAL	8.942,9

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 casi los 12.000 millones de euros.

VOLUMEN DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS ⁽²⁾	TONELADAS	
GRUPO	TOTAL	% S/GRUPO
FRUTAS	2.335.935	51,5
HORTALIZAS	1.530.443	33,8
PATATAS	668.247	14,7
TOTAL FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS*	4.534.625	100,0

PESCADOS FRESCOS	259.323	57,1
MARISCOS FRESCOS (incluye Moluscos y Cefalópodos)	75.314	16,6
PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS	119.873	26,4
TOTAL PESCADOS Y MARISCOS*	454.510	100,0

TOTAL CARNES (Mataderos + Mercados de Carnes)*	474.711	100,0
---	----------------	--------------

⁽¹⁾ El volumen total de ventas hortofrutícolas asciende hasta unos 5,5 millones de toneladas al incluir las transacciones efectuadas desde las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC).

⁽¹⁾ El volumen total de ventas de productos pesqueros excede ampliamente las 620.000 toneladas al agregar la actividad comercial aportada por las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC).

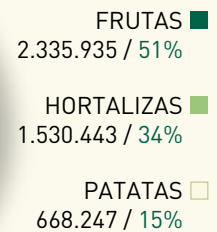
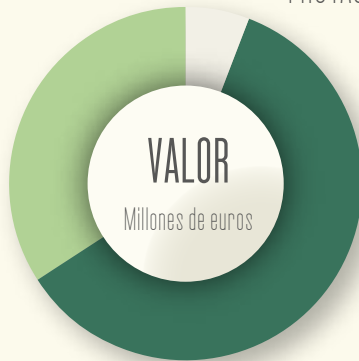
⁽¹⁾ El volumen total de ventas de productos cárnicos supera holgadamente las 585.000 toneladas al añadir las operaciones realizadas por las empresas del sector instaladas en las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC).

² Entre Mercados y ZAC, el volumen global de productos de alimentación comercializados en la Red de Mercas en 2015 sobrepasa los 6,8 millones de toneladas.

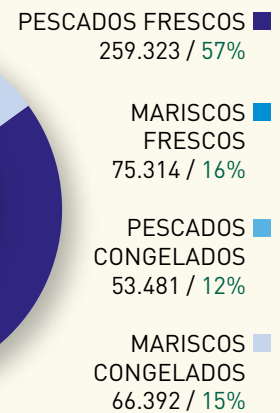
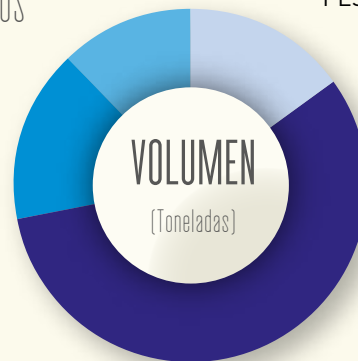
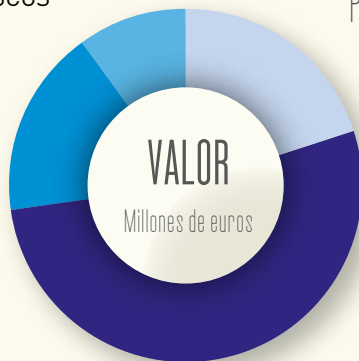
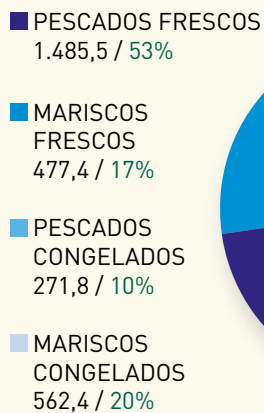
RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2015 / VALOR Y VOLUMEN

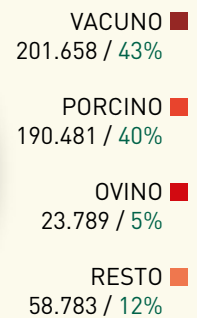
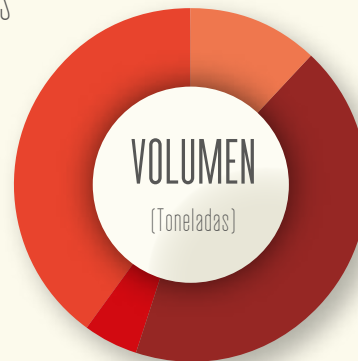
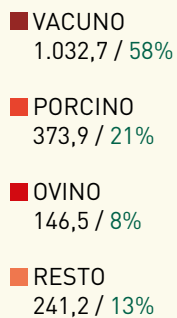
FRUTAS Y HORTALIZAS



PESCADOS



CARNES



RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2015 (TONELADAS)

MERCAS	FRUTAS Y HORTALIZAS	PESCADOS	CARNES	TOTAL
Mercalgeciras	[1]	2.045	-	2.045
Mercalicante	54.307	-	-	54.307
Mercasturias	67.899	-	-	67.899
Mercabadajoz	6.763	847	-	7.610
Mercabarna	1.062.590	73.288	22.057	1.157.935
Mercabilbao	214.677	27.395	-	242.072
Mercacórdoba	50.199	6.288	-	56.487
Mercagalicía	10.052	320	-	10.372
Mercagranada	122.788	10.406	-	133.194
Mercairuña	30.214	3.646	-	33.860
Mercajerez	38.680	291	-	38.971
Mercalaspalmas	173.629	2.820	5.262	181.711
Mercaleón	15.973	1.220	-	17.193
Mercamadrid	1.543.249	133.546	301.431	1.978.226
Mercamálaga	163.289	38.384	-	201.673
Mercamurcia	81.205	1.016	15.797	98.018
Mercapalma	193.577	9.873	12.273	215.723
Mercasalamanca	43.096	1.098	-	44.194
Mercasantander	30.711	-	-	30.711
Mercasevilla	226.404	24.833	-	251.237
Mercatenerife	92.845	-	-	92.845
Mercavalencia	217.819	95.966	65.724	379.509
Mercazaragoza	94.659	21.228	52.167	168.054
Total	4.534.625	454.510	474.711	5.463.846

[1] Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en abril de 2014.

[*] Añadida la actividad de las ZAC (Zonas de Actividades Complementarias) el volumen total de las transacciones se acercaría a los 6,8 millones de toneladas.

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2015

MERCAS	FRUTAS		HORTALIZAS		PATATAS		TOTAL	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Mercalicante	35.245	1,5	15.036	1,0	4.026	0,6	54.307	1,2
Mercasturias	36.193	1,5	17.215	1,1	14.491	2,2	67.899	1,5
Mercabadajoz	3.907	0,2	2.238	0,1	618	0,1	6.763	0,1
Mercabarna	487.858	20,9	345.523	22,6	229.210	34,3	1.062.591	23,4
Mercabilbao	144.020	6,2	55.161	3,6	15.495	2,3	214.676	4,7
Mercacórdoba	21.399	0,9	19.461	1,3	9.338	1,4	50.198	1,1
Mercagalicia	6.730	0,3	2.201	0,1	1.120	0,2	10.051	0,2
Mercagranada	57.594	2,5	50.101	3,3	15.093	2,3	122.788	2,7
Mercairuña	14.492	0,6	12.181	0,8	3.541	0,5	30.214	0,7
Mercajerez	18.471	0,8	8.913	0,6	11.296	1,7	38.680	0,9
Mercalaspalmas	72.348	3,1	63.766	4,2	37.515	5,6	173.629	3,8
Mercaleón	9.098	0,4	4.658	0,3	2.217	0,3	15.973	0,4
Mercamadrid	849.185	36,4	501.946	32,8	192.119	28,7	1.543.250	34,0
Mercamálaga	76.238	3,3	76.845	5,0	10.206	1,5	163.289	3,6
Mercamurcia	42.432	1,8	33.616	2,2	5.158	0,8	81.206	1,8
Mercapalma	96.436	4,1	76.071	5,0	21.070	3,2	193.577	4,3
Mercasalamanca	26.609	1,1	13.695	0,9	2.792	0,4	43.096	1,0
Mercasantander	16.884	0,7	7.453	0,5	6.374	1,0	30.711	0,7
Mercasevilla	117.582	5,0	70.190	4,6	38.633	5,8	226.405	5,0
Mercatenerife	51.461	2,2	33.208	2,2	8.176	1,2	92.845	2,0
Mercavalencia	99.235	4,2	94.107	6,1	24.476	3,7	217.818	4,8
Mercazaragoza	52.517	2,2	26.858	1,8	15.284	2,3	94.659	2,1
Total	2.335.934	100,0	1.530.443	100,0	668.248	100,0	4.534.625	100,0

⁽¹⁾ Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en abril de 2014.

RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS (TONELADAS)

MERCAS	2011	2012	2013	2014	2015
Mercalgeciras	2.406	1.925	1.747	427	(1)
Mercalicante	78.238	68.187	58.079	62.506	54.307
Mercasturias	73.919	76.625	69.677	67.673	67.899
Mercabadajoz	10.792	10.230	9.693	9.252	6.763
Mercabarna	1.067.901	989.283	1.047.920	1.041.325	1.062.590
Mercabilbao	212.157	212.891	206.805	215.058	214.677
Mercacórdoba	62.362	56.797	57.147	52.618	50.199
Mercagalicia	17.407	16.789	14.084	13.670	10.052
Mercagranada	131.000	130.408	144.247	122.565	122.788
Mercairuña	32.082	31.521	30.562	31.179	30.214
Mercajerez	47.341	43.329	39.795	39.411	38.680
Mercalaspalmas	187.725	187.604	178.804	174.435	173.629
Mercaleón	18.968	17.417	16.520	15.166	15.973
Mercamadrid	1.306.320	1.274.385	1.333.751	1.471.063	1.543.249
Mercamálaga	168.800	161.163	150.578	148.034	163.289
Mercamurcia	74.495	77.200	80.635	79.515	81.205
Mercapalma	158.832	165.373	182.466	184.868	193.577
Mercasalamanca	55.888	52.715	49.624	45.597	43.096
Mercasantander	33.080	33.038	32.683	31.178	30.711
Mercasevilla	239.392	235.601	233.933	227.649	226.404
Mercatenerife	104.004	100.939	96.397	93.254	92.845
Mercavalencia	220.553	227.350	232.645	228.338	217.819
Mercazaragoza	116.530	104.048	94.707	69.477	94.659
Total	4.420.192	4.274.818	4.362.499	4.424.258	4.534.625

⁽¹⁾ Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en abril de 2014.

RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS PONDERADOS
DE FRUTAS Y HORTALIZAS (€/KG.)

MERCAS	2011	2012	2013	2014	2015
Mercalgeciras	1,06	0,86	0,80	0,78	[1]
Mercalicante	1,15	1,15	1,17	1,11	1,12
Mercasturias	0,92	0,98	1,10	1,06	1,05
Mercabadajoz	0,96	0,93	1,02	0,93	0,97
Mercabarna	0,78	0,83	0,95	0,84	0,87
Mercabilbao	0,93	0,95	1,04	0,91	0,99
Mercacórdoba	0,72	0,75	0,81	0,77	0,83
Mercagalicia	1,03	0,88	1,02	0,96	1,01
Mercagranada	0,72	0,74	0,78	0,75	0,87
Mercairuña	0,99	0,98	1,05	0,98	1,01
Mercajerez	0,68	0,68	0,76	0,67	0,68
Mercalaspalmas	0,92	1,01	1,01	0,96	1,02
Mercaleón	1,01	1,04	1,14	1,07	1,07
Mercamadrid	0,93	0,96	1,03	0,97	1,02
Mercamálaga	0,93	1,19	1,21	1,03	1,03
Mercamurcia	0,88	0,91	0,93	0,91	0,97
Mercapalma	0,97	0,97	1,03	0,97	1,01
Mercasalamanca	0,79	0,78	0,81	0,84	0,85
Mercasantander	0,96	0,91	1,01	1,01	0,98
Mercasevilla	0,87	0,92	0,93	0,93	0,91
Mercatenerife	1,05	1,08	1,10	1,01	1,09
Mercavalencia	0,80	0,82	0,87	0,80	0,88
Mercazaragoza	0,90	0,91	0,94	0,83	0,92
Total	0,88	0,92	0,99	0,92	0,96

^[1] Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en abril de 2014.

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE FRUTAS / HORTALIZAS / PATATAS

FRUTAS	CANTIDADES (Toneladas)			PRECIOS (Euros/kilo)		
	2015	2014	% 15/14	2015	2014	% 15/14
Aguacates	18.029	24.562	-26,6	3,00	2,56	17,2
Albaricoques	21.137	20.915	1,1	1,62	1,65	-1,8
Cerezas	30.628	36.762	-16,7	2,88	2,74	5,1
Chirimoyas	12.183	12.043	1,2	1,83	1,61	13,7
Ciruelas	32.365	37.216	-13,0	1,12	1,16	-3,4
Fresones	54.606	56.403	-3,2	2,07	1,73	19,7
Kakis	27.446	20.688	32,7	1,07	1,10	-2,7
Kiwi	71.895	67.909	5,9	2,02	2,15	-6,0
Limonos	72.588	65.977	10,0	1,08	0,98	10,2
Mandarinas	110.777	99.133	11,7	0,97	0,91	6,6
Mangos	12.420	14.320	-13,3	2,69	2,79	-3,6
Manzanas	221.192	231.963	-4,6	1,04	1,09	-4,6
Melocotones	105.070	107.352	-2,1	1,30	1,20	8,3
Melones	150.080	160.161	-6,3	0,84	0,80	5,0
Naranjas	445.235	446.644	-0,3	0,77	0,67	14,9
Nectarinas	46.797	43.885	6,6	1,26	1,19	5,9
Peras	125.013	132.554	-5,7	1,11	1,04	6,7
Piñas	61.559	62.282	-1,2	1,29	1,12	15,2
Plátanos y bananas	395.664	384.543	2,9	1,00	0,98	2,0
Sandías	141.558	126.355	12,0	0,60	0,55	9,1
Uvas	66.950	69.122	-3,1	1,47	1,49	-1,3
Resto Frutas	112.742	110.683	1,9	1,62	1,87	-13,4
Total Frutas	2.335.934	2.331.472	0,2	1,12	1,09	2,8

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE FRUTAS / HORTALIZAS / PATATAS

HORTALIZAS	2015	2014	% 15/14	2015	2014	% 15/14
Acelgas	17.176	17.453	-1,6	0,66	0,57	15,8
Ajos	19.676	18.894	4,1	1,85	1,67	10,8
Alcachofas	23.683	23.884	-0,8	1,30	1,07	21,5
Berenjenas	33.102	30.818	7,4	0,92	0,78	17,9
Calabacines	49.747	47.765	4,1	1,04	0,71	46,5
Calabazas	14.828	15.012	-1,2	0,73	0,67	9,0
Cebollas	159.126	147.048	8,2	0,48	0,43	11,6
Coles	42.694	40.881	4,4	0,61	0,50	22,0
Coliflores	32.536	35.915	-9,4	1,06	1,01	5,0
Champiñones y setas	39.256	35.281	11,3	2,68	2,56	4,7
Espárragos	12.768	10.876	17,4	3,65	3,20	14,1
Judías verdes	53.067	51.514	3,0	2,17	1,94	11,9
Lechugas	161.058	163.682	-1,6	0,51	0,49	4,1
Pepinos	37.539	35.591	5,5	0,73	0,72	1,4
Pimientos	124.862	126.010	-0,9	1,34	1,10	21,8
Puerros	36.010	32.073	12,3	0,88	0,75	17,3
Tomates	376.555	362.928	3,8	1,06	1,03	2,9
Zanahorias	120.879	98.991	22,1	0,49	0,51	-3,9
Resto hortalizas	175.881	175.954	0,0	0,90	0,86	4,7
Total hortalizas	1.530.443	1.470.570	4,1	0,98	0,90	8,9
Patatas	668.248	622.216	7,4	0,36	0,32	12,5
Total frutas y hortalizas	4.534.625	4.424.258	2,5	0,92	0,99	-7,1

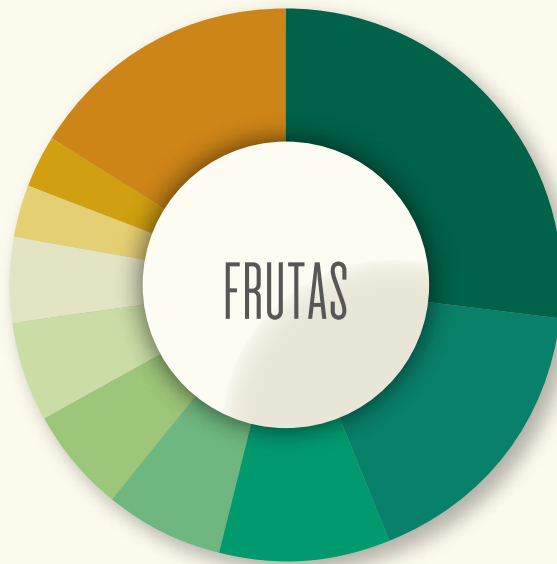
RED DE MERCAS

FRUTAS Y HORTALIZAS COMERCIALIZADAS
POR LOS PRODUCTORES / 2015

MERCAS	TONELADAS	% S/TOTAL
Mercalicante	1.024	1,0
Mercasturias	128	0,1
Mercabadajoz	1.537	1,5
Mercabarna	20.128	19,5
Mercabilbao	240	0,2
Mercacórdoba	21	0,0
Mercairuña	136	0,1
Mercalaspalmas	5.506	5,3
Mercaleón	904	0,9
Mercamurcia	414	0,4
Mercapalma	3.413	3,3
Mercasalamanca	572	0,6
Mercasantander	420	0,4
Mercatenerife	28.742	27,8
Mercavalencia	37.508	36,3
Mercazaragoza	2.752	2,7
Total	103.445	100,0

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2015 / PORCENTAJES



Cítricos / 27%	■
Plátanos y Bananas / 17%	■
Manzanas / 10%	■
Melocotones y Nectarinas / 7%	■
Melón / 6%	■
Sandía / 6%	■
Pera / 5%	■
Kiwis / 3%	■
Uvas / 3%	■
Otras Frutas / 16%	■



Patatas / 31%	■
Tomates / 17%	■
Lechugas / 7%	■
Cebollas / 7%	■
Pimientos / 6%	■
Zanahorias / 6%	■
Coles / Coliflores / 3%	■
Judías Verdes / 2%	■
Calabacines / 2%	■
Otras Hortalizas / 19%	■

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS / 2015

MERCAS	TONELADAS	%S/RED
Mercalgeciras	2.045	0,5
Mercabadajoz	847	0,2
Mercabarna	73.288	15,8
Mercabilbao	27.395	6,1
Mercacórdoba	6.288	1,4
Mercagalicia	320	0,0
Mercagranada	10.406	2,0
Mercairuña	3.646	0,8
Mercajerez	291	0,1
Mercalaspalmas	2.820	0,6
Mercaleón	1.220	0,3
Mercamadrid	133.546	29,9
Mercamálaga	38.384	9,0
Mercamurcia	1.016	0,4
Mercapalma	9.873	2,1
Mercasalamanca	1.098	0,3
Mercasevilla	24.833	4,1
Mercavalencia	95.966	22,3
Mercazaragoza	21.228	4,3
Total	454.510	100,0

RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADOS / TONELADAS

MERCAS	2011	2012	2013	2014	2015
Mercalgeciras	3.216	2.161	1.947	2.092	2.045
Mercabadajoz	1.063	890	832	768	847
Mercabarna	82.543	76.732	73.350	71.583	73.288
Mercabilbao	29.727	28.869	27.501	27.662	27.395
Mercacórdoba	6.493	6.499	6.507	6.473	6.288
Mercagalicia	-	-	-	222	320
Mercagranada	10.909	10.325	9.919	8.906	10.406
Mercairuña	3.608	3.471	3.488	3.680	3.646
Mercajerez	287	326	297	295	291
Mercalaspalmas	3.739	2.463	2.750	2.740	2.820
Mercaleón	1.311	1.381	1.373	1.181	1.220
Mercamadrid	118.864	138.337	141.547	135.490	133.546
Mercamálaga	43.320	42.920	42.579	40.630	38.384
Mercamurcia	2.329	2.149	1.758	1.778	1.016
Mercapalma	7.113	7.829	9.301	9.628	9.873
Mercasalamanca	2.495	2.324	1.900	1.341	1.098
Mercasevilla	21.734	20.081	19.083	18.374	24.833
Mercavalencia	96.408	100.112	103.783	101.047	95.966
Mercazaragoza	24.128	23.518	21.414	19.377	21.228
Total	459.287	470.387	469.329	453.267	454.510

RED DE MERCAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS PONDERADOS
DE PRODUCTOS PESQUEROS (€/KG.)

MERCAS	2011	2012	2013	2014	2015
Mercalgeciras	5,32	5,53	5,10	5,29	4,51
Mercabadajoz	4,72	4,75	4,80	4,88	4,72
Mercabarna	6,07	5,87	5,99	6,51	7,03
Mercabilbao	5,61	5,61	5,89	5,90	6,21
Mercacórdoba	3,52	3,58	3,54	3,76	3,75
Mercagranada	4,50	4,67	4,92	5,60	5,35
Mercairuña	6,66	6,55	6,93	6,61	6,95
Mercajerez	4,27	4,55	4,27	4,44	4,90
Mercalaspalmas	5,62	5,91	6,12	6,31	5,99
Mercaleón	6,42	6,22	6,47	6,70	6,60
Mercamadrid	6,91	6,76	6,42	6,62	7,08
Mercamálaga	6,34	5,11	4,66	4,72	4,53
Mercamurcia	7,35	7,62	6,17	6,52	6,72
Mercasalamanca	5,26	5,46	5,58	5,59	5,79
Mercasevilla	3,84	3,88	4,00	4,47	4,55
Mercavalencia	5,83	5,95	5,94	5,93	6,03
Mercazaragoza	6,80	6,51	6,58	5,84	6,47
Total	6,08	5,90	5,84	6,05	6,30

Mercagalicia PMP 2015: 38,33 €/kg relativo a la comercialización de marisco fresco.

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS / 2015

MERCAS	PESCADO FRESCO		MARISCO FRESCO		TOTAL FRESCO	
	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%
Mercalgeciras	1.465	0,6	266	0,4	1.731	0,5
Mercabadajoz	693	0,3	105	0,1	798	0,2
Mercabarna	41.301	15,9	21.333	28,3	62.634	18,7
Mercabilbao	16.675	6,4	5.432	7,2	22.107	6,6
Mercacórdoba	4.323	1,7	1.148	1,5	5.471	1,6
Mercagalicia	-	-	320	0,4	320	0,1
Mercagranada	7.124	2,7	2.404	3,2	9.528	2,8
Mercairuña	2.960	1,1	450	0,6	3.410	1,0
Mercajerez	191	0,1	100	0,1	291	0,1
Mercalaspalmas	10	0,0			10	0,0
Mercaleón	981	0,4	235	0,3	1.216	0,4
Mercamadrid	75.460	29,1	11.769	15,6	87.229	26,1
Mercamálaga	32.784	12,6	2.025	2,7	34.809	10,4
Mercamurcia	89	0,0	42	0,1	131	0,0
Mercapalma	4.643	1,8	2.226	3,0	6.869	2,1
Mercasalamanca	917	0,4	178	0,2	1.095	0,3
Mercasevilla	15.460	6,0	3.001	4,0	18.461	5,5
Mercavalencia	40.321	15,5	22.268	29,6	62.589	18,7
Mercazaragoza	13.926	5,4	2.012	2,7	15.938	4,8
Total	259.323	100,0	75.314	100,0	334.637	100,0

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS / 2015

MERCAS	PESCADOS CONGELADOS		MARISCOS CONGELADOS		PRECOCINADOS Y ELABORADOS		TOTAL CONGELADO		TOTAL PESCADOS	
	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%	TONELADAS	%
Mercalgeciras	141	0,3	173	0,3	-	-	314	0,3	2.045	0,4
Mercabadajoz	20	0,0	30	0,0	-	-	50	0,0	848	0,2
Mercabarna	2.369	4,9	7.510	12,4	775	7,1	10.654	8,9	73.288	16,1
Mercabilbao	2.486	5,1	2.796	4,6	6	0,1	5.288	4,4	27.395	6,0
Mercacórdoba	363	0,7	445	0,7	9	0,1	817	0,7	6.288	1,4
Mercagalicia	-	-	-	-	-	-	-	-	320	0,1
Mercagranada	322	0,7	556	0,9	-	-	878	0,7	10.406	2,3
Mercairuña	202	0,4	25	0,0	9	0,1	236	0,2	3.646	0,8
Mercajerez	-	-	-	-	-	-	-	-	291	0,1
Mercalaspalmas	1.430	2,9	1.381	2,3	-	-	2.811	2,3	2.821	0,6
Mercaleón	-	-	-	-	4	0,0	4	0,0	1.220	0,3
Mercamadrid	16.780	34,5	20.602	34,1	8.934	81,8	46.316	38,6	133.545	29,4
Mercamálaga	2.398	4,9	1.177	2,0	-	-	3.575	3,0	38.384	8,4
Mercamurcia	420	0,9	465	0,8	-	-	885	0,7	1.016	0,2
Mercapalma	621	1,3	2.333	3,9	50		3.004	2,5	9.873	2,2
Mercasalamanca	2	0,0	-	-	-	-	2	0,0	1.097	0,2
Mercasevilla	1.605	3,3	4.603	7,6	164	1,5	6.372	5,3	24.833	5,5
Mercavalencia	16.386	33,7	16.642	27,6	350	3,2	33.378	27,8	95.967	21,1
Mercazaragoza	3.065	6,3	1.608	2,7	616	5,6	5.289	4,4	21.227	4,7
Total	48.610	100,0	60.346	100,0	10.917	99,5	119.873	100,0	454.510	100,0

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE PESCADO FRESCO

PESCADO FRESCO	CANTIDADES (TONELADAS)			PRECIOS (EURO/KILO)		
	2015	2014	%15/14	2015	2014	%15/14
Atún	9.951	8.890	11,9	10,07	10,21	-1,4
Bacaladilla	14.246	14.109	1,0	1,95	2,01	-3,0
Bacalao	5.808	5.455	6,5	6,83	5,94	15,0
Bonito	3.554	3.127	13,7	5,39	5,32	1,3
Boquerón	32.554	31.741	2,6	3,12	3,49	-10,6
Caballa o Verdel	4.845	4.669	3,8	2,32	2,27	2,2
Cazón	670	713	-6,0	4,34	4,12	5,3
Congrio	1.894	1.787	6,0	4,39	4,62	-5,0
Dorada	11.846	13.117	-9,7	7,06	6,33	11,5
Emperador/Pez Espada	5.901	5.552	6,3	13,57	13,09	3,7
Gallo	6.960	7.135	-2,5	6,59	6,23	5,8
Jurel o Chicharro	7.819	8.968	-12,8	2,39	2,36	1,3
Lenguado	4.358	4.105	6,2	14,06	13,75	2,3
Lubina	9.783	9.562	2,3	7,63	7,65	-0,3
Merluza	32.531	34.231	-5,0	6,49	6,40	1,4
Pescadilla	16.504	17.245	-4,3	4,92	4,72	4,2
Perca	1.874	2.279	-17,8	6,61	6,79	-2,7
Rape	8.830	9.105	-3,0	12,68	11,03	15,0
Rodaballo	2.755	2.565	7,4	10,02	10,10	-0,8
Salmón	23.807	22.564	5,5	5,78	5,92	-2,4
Salmonete	3.275	2.807	16,7	6,79	6,86	-1,0
Sardina	20.412	20.561	-0,7	2,95	2,98	-1,0
Trucha	3.474	3.311	4,9	3,67	3,28	11,9
Resto pescado fresco	25.672	23.572	8,9	6,22	6,13	1,5
Total pescado fresco	259.323	257.170	0,8	5,83	5,69	2,5

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE MARISCO FRESCO /
MOLUSCOS / CEFALÓPODOS

MARISCO FRESCO	CANTIDADES (TONELADAS)			PRECIOS (EURO/KILO)		
	2015	2014	%15/14	2015	2014	%15/14
Almeja	5.503	6.509	-15,5	9,78	9,09	7,6
Berberecho	1.109	1.062	4,4	6,91	7,00	-1,3
Calamar	7.638	7.735	-1,3	8,32	8,41	-1,1
Cangrejo	797	946	-15,8	3,07	3,31	-7,3
Chirla	5.889	6.673	-11,7	4,33	4,30	0,7
Cigala	1.825	1.768	3,2	22,81	21,26	7,3
Gamba	2.907	3.480	-16,5	20,55	19,75	4,1
Jibia o Sepia	7.166	5.778	24,0	6,58	7,22	-8,9
Langostino	802	853	-6,0	15,02	15,95	-5,8
Mejillón	28.661	31.518	-9,1	1,60	1,60	0,0
Necora	857	926	-7,5	16,08	13,99	14,9
Pulpo	2.865	2.856	0,3	9,35	8,83	5,9
Resto marisco fresco	9.295	9.179	1,3	9,88	9,17	7,7
Total marisco fresco	75.314	79.283	-5,0	6,53	6,28	4,0
Total pescado y marisco frescos	334.637	336.453	-0,5	5,99	5,82	2,9

RED DE MERCAS

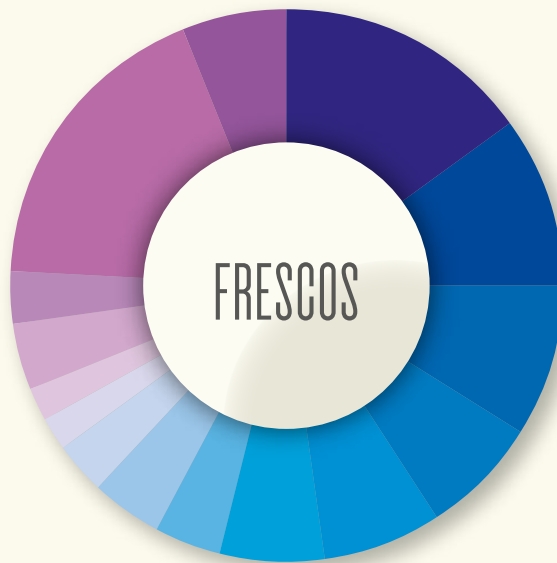
COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS

CONGELADOS	CANTIDADES (TONELADAS)			PRECIOS (EUROS/KILO)		
	2015	2014	%15/14	2015	2014	%15/14
Emperador/Pez Espada	4.755	5.024	-5,4	6,91	6,34	9,0
Lenguado	3.606	3.770	-4,4	8,34	7,72	8,0
Merluza	11.898	12.297	-3,2	5,10	4,74	7,6
Pescadilla	5.034	5.407	-6,9	2,43	2,34	3,8
Calamar	16.211	16.096	0,7	5,02	4,71	6,6
Cigala	2.419	2.511	-3,7	10,39	10,71	-3,0
Gamba	10.613	10.378	2,3	16,98	15,71	8,1
Jibia o sepia	8.525	8.096	5,3	4,95	4,76	4,0
Langostino	10.832	10.246	5,7	10,55	10,50	0,5
Pulpo	3.115	2.904	7,3	8,43	8,20	2,8
Volador o pota	1.454	1.110	31,0	2,72	3,08	-11,7
Resto pescado cong.	23.317	23.387	-0,3	5,17	5,20	-0,6
Resto marisco cong.	7.177	5.186	38,4	11,31	12,01	-5,8
Resto congelados	10.917	14.158	-22,9	4,26	3,55	20,0
Total congelados	119.873	120.570	-0,6	7,19	6,69	7,5

Total pescados y mariscos frescos y congelados	454.510	457.023	-0,5	6,30	6,05	4,1
---	----------------	----------------	-------------	-------------	-------------	------------

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS Y CONGELADOS / 2015 / PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS / PORCENTAJES



Merlúcidos / 15%	Rape / 3%
Boquerón / 10%	Jurel / 2%
Mejillón / 9%	Gallo / 2%
Salmón / 7%	Calamar / Sepia / 4%
Dorada y Lubina / 7%	Chirla / Almeja / 3%
Sardina / 6%	Otros Pescados Frescos / 18%
Bacaladilla / 4%	Otros Mariscos Frescos / 6%
Túnidos / 4%	



Calamar / Sepia / 21%
Merlúcidos / 14%
Langostino / 9%
Gamba / 9%
Emperador / 4%
Bacalao / 3%
Lenguado / 3%
Pulpo / 3%
Cigala / 2%
Otros congelados / 32%

RED DE MERCAS

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

MERCAS	RESTO		OVINO		PORCINO		VACUNO		TOTAL *	
	2015	%	2015	%	2015	%	2015	%	2015	%
Mercabarna	487	0,8	4.020	16,9	-	-	17.550	8,7	22.057	4,6
Mercamurcia	-	-	920	3,9	7.062	3,7	7.814	3,9	15.796	3,3
Mercapalma	5.918	10,1	191	0,8	3.438	1,8	2.726	1,4	12.273	2,6
Mercavalencia	-	-	444	1,9	63.747	33,5	1.534	0,8	65.725	13,8
Mercazaragoza	15.763	26,8	4.996	21,0	21.896	11,5	9.512	4,7	52.167	11,0
M. Carnes Mercalaspalmas	1.509	2,6	22	0,1	2.702	1,4	1.029	0,5	5.262	1,1
M.Carnes Mercamadrid	35.106	59,7	13.196	55,5	91.636	48,1	161.493	80,1	301.431	63,5
Total	58.783	100,0	23.789	100,0	190.481	100,0	201.658	100,0	474.711	100,0

*Mercabadaoz en 2015 aporta adicionalmente una comercialización de 289 toneladas al total de carnes.

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

NÚMERO DE CABEZAS (MATADEROS)

MERCAS	RESTO		OVINO		PORCINO		VACUNO		TOTAL *	
	2015	%	2015	%	2015	%	2015	%	2015	%
Mercabarna	1.974	18,6	332.383	37,8	-	-	69.208	52,8	403.565	19,7
Mercamurcia	-	-	73.700	8,4	65.497	6,3	23.905	18,2	163.102	7,9
Mercapalma	-	-	60.549	6,9	38.859	3,8	3.751	2,9	103.159	5,0
Mercavalencia	-	-	39.595	4,5	675.068	65,4	6.027	4,6	720.690	35,1
Mercazaragoza	8.663	81,4	372.757	42,4	253.266	24,5	28.121	21,5	662.807	32,3
Total	10.637	100,0	878.984	100,0	1.032.690	100,0	131.012	100,0	2.053.323	100,0

RED DE MERCAS

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

MERCAS	2011	2012	2013	2014	2015
Mercabarna	25.865	22.984	21.692	20.670	22.057
Mercamurcia	17.627	16.504	12.823	14.385	15.796
Mercapalma	12.901	13.551	13.096	13.701	12.273
Mercavalencia	55.177	55.310	54.087	61.202	65.725
Mercazaragoza	27.242	46.955	45.266	48.146	52.167
M. Carnes Mercalaspalmas	4.718	4.229	4.486	5.068	5.262
M. Carnes Mercamadrid*	124.066	146.987	170.069	293.882	301.431
Total**	267.596	306.520	321.519	457.054	474.711

* En el Mercado de Carnes de Mercamadrid, en 2014 y 2015 las cifras incluyen actualizaciones de nuevos registros comerciales, no practicadas en años anteriores.

** Mercabadaoz en 2015 aporta adicionalmente una comercialización de 289 toneladas al total de carnes.

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

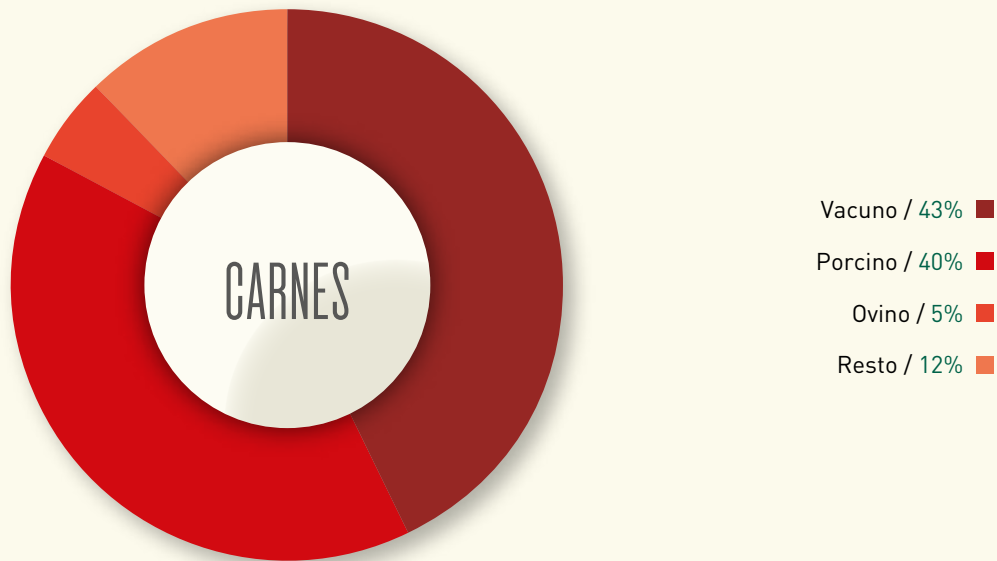
COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS DE CARNES

	CANTIDADES (TONELADAS)			PRECIOS (EUROS/KILO/CANAL)		
	2015	2014	% 15/14	2015	2014	% 15/14
Vacuno	201.658	192.907	4,5	4,09	4,21	-2,9
Porcino	190.481	181.628	4,9	2,12	2,09	1,4
Ovino	23.789	22.663	5,0	6,64	6,41	3,6
Resto	58.783	59.856	-1,8	7,75	6,22	24,6
Total Carnes	474.711	457.054	3,9	3,88	3,74	3,7

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACION DE CARNES / 2015 /

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS / PORCENTAJES



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 EN 2015

TOTAL PRODUCTOS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	2.045	9,2
Mercalicante	208.600	271,6
Mercasturias	71.285	92,5
Mercabadajoz	7.928	12,9
Mercabarna	1.967.990	3.195,1
Mercabilbao	245.113	386,4
Mercacórdoba	57.270	69,4
Mercagalicia	123.488	142,0
Mercagranada	133.190	162,5
Mercairuña	34.186	56,5
Mercajerez	42.031	39,5
Mercalaspalmas	181.709	217,5
Mercaleón	22.300	47,9
Mercamadrid	2.097.777	4.107,2
Mercamálaga	241.669	524,3
Mercamurcia	105.284	176,6
Mercapalma	230.454	337,7
Mercasalamanca	44.616	43,3
Mercasantander	30.710	29,9
Mercasevilla	304.920	505,0
Mercatenerife	92.844	101,2
Mercavalencia	407.382	955,6
Mercazaragoza	170.040	389,4
Total	6.822.831	11.873,5

RED DE MERCAS

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

FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS EN 2015

	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras ⁽¹⁾	-	-
Mercalicante	201.369	219,4
Mercasturias	67.899	71,2
Mercabadajoz	6.763	6,5
Mercabarna	1.693.788	1.445,3
Mercabilbao	217.402	214,4
Mercacórdoba	50.202	41,9
Mercagalicia	123.163	129,5
Mercagranada	122.788	106,9
Mercairuña	30.498	30,9
Mercajerez	38.685	26,2
Mercalaspalmas	173.627	176,7
Mercaleón	15.973	17,1
Mercamadrid	1.556.029	1.588,4
Mercamálaga	163.109	168,0
Mercamurcia	80.884	78,5
Mercapalma	199.520	203,3
Mercasalamanca	43.507	36,8
Mercasantander	30.710	29,9
Mercasevilla	225.627	206,1
Mercatenerife	92.844	101,2
Mercavalencia	239.345	211,3
Mercazaragoza	94.659	87,1
Total	5.468.391	5.196,7

⁽¹⁾ Mercalgeciras suspende la actividad hortofrutícola en Abril de 2014.

RED DE MERCAS

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

PESCADOS Y MARISCOS EN 2015

	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Mercalgeciras	2.045	9,2
Mercalicante	1.677	10,6
Mercasturias	3.386	21,3
Mercabadajoz	850	4,0
Mercabarna	223.608	1.572,0
Mercabilbao	27.711	172,1
Mercacórdoba	6.807	25,5
Mercagalicia	325	12,5
Mercagranada	10.402	55,7
Mercairuña	3.688	25,6
Mercajerez	291	1,4
Mercalaspalmas	2.820	16,9
Mercaleón	1.220	8,1
Mercamadrid	132.711	939,6
Mercamálaga	38.385	173,9
Mercamurcia	7.960	53,5
Mercapalma	10.013	63,1
Mercasalamanca	1.109	6,4
Mercasevilla	24.854	113,1
Mercavalencia	101.622	612,8
Mercazaragoza	21.228	137,3
Total	622.712	4.034,5

RED DE MERCAS

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

CARNES EN 2015

	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
Matadero Mercabarna	37.528	156,9
Matadero Mercamurcia	16.440	44,6
Matadero Mercavalencia	66.415	131,5
Matadero Mercazaragoza	53.154	162,7
Mercado de Carnes Mercalaspalmas	5.262	23,9
Mercado de Carnes Mercamadrid	301.431	1.368,5
Inst. Cárnicas en ZAC Mercalicante	5.554	41,7
Inst. Cárnicas en ZAC Mercabadajoz	315	2,4
Inst. Cárnicas en ZAC Mercacórdoba	261	2,0
Inst. Cárnicas en ZAC Mercajerez	3.055	11,9
Inst. Cárnicas en ZAC Mercaleón	4.953	22,5
Inst. Cárnicas en ZAC Mercamálaga	40.175	182,4
Inst. Cárnicas en ZAC Mercapalma (Mat. gestión privada)	14.978	62,6
Inst. Cárnicas en ZAC Mercasevilla (Mat. gestión privada)	37.893	158,4
Total	587.414	2.371,7

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN TOTAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS, PESCADOS Y MARISCOS, CARNES Y OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN 2015

VOLUMEN TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN: 6.822.831 TM / VALOR TOTAL DE LA COMERCIALIZACIÓN: 11.873,5 MILLONES DE €



	MERCAGALICIA 123.488 Tm. 142,0 Mill. de €		MERCABILBAO 245.113 Tm. 386,4 Mill. de €		MERCABADAJÓZ 7.928 Tm. 12,9 Mill. de €		MERCALALGECIRAS 2.045 Tm. 9,2 Mill. de €
	MERCASTURIAS 71.285 Tm. 92,5 Mill. de €		MERCABARNA 1.967.990 Tm. 3.195,1 Mill. de €		MERCALICANTE 208.600 Tm. 271,6 Mill. de €		MERCATENERIFE 92.844 Tm. 101,2 Mill. de €
	MERCASANTANDER 30.710 Tm. 29,9 Mill. de €		MERCALEÓN 22.300 Tm. 47,9 Mill. de €		MERCAVALENCIA 407.382 Tm. 955,6 Mill. de €		MERCALASPALMAS 181.709 Tm. 217,5 Mill. de €
	MERCAIRUÑA 34.186 Tm. 56,5 Mill. de €		MERCASALAMANCA 44.616 Tm. 43,3 Mill. de €		MERCAMADRID 2.097.777 Tm. 4.107,2 Mill. de €		MERCACÓRDOBA 57.270 Tm. 69,4 Mill. de €
	MERCAZARAGOZA 170.040 Tm. 389,4 Mill. de €		MERCAMÁLAGA 241.669 Tm. 524,3 Mill. de €		MERCAGRANADA 133.190 Tm. 162,5 Mill. de €		MERCAGRANADA 133.190 Tm. 162,5 Mill. de €
	MERCASEVILLA 304.920 Tm. 505,0 Mill. de €		MERCAMURCIA 105.284 Tm. 176,6 Mill. de €		MERCAPALMA 230.454 Tm. 337,7 Mill. de €		MERCALGECIRAS 2.045 Tm. 9,2 Mill. de €

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN TOTAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS, PESCADOS Y MARISCOS, CARNES Y OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN 2015

VOLUMEN TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN		
	Tm.	%
Mercalgeciras	2.045	0,03
Mercalicante	208.600	3,06
Mercasturias	71.285	1,04
Mercabadajoz	7.928	0,12
Mercabarna	1.967.990	28,84
Mercabilbao	245.113	3,59
Mercacordoba	57.270	0,84
Mercagalicia	123.488	1,81
Mercagranada	133.190	1,95
Mercairuña	34.186	0,50
Mercajerez	42.031	0,62
Mercalaspalmas	181.709	2,66
Mercaleon	22.300	0,33
Mercamadrid	2.097.777	30,75
Mercamalaga	241.669	3,54
Mercamurcia	105.284	1,54
Mercapalma	230.454	3,38
Mercasalamanca	44.616	0,65
Mercasantander	30.710	0,45
Mercasevilla	304.920	4,47
Mercatenerife	92.844	1,36
Mercavalencia	407.382	5,97
Mercazaragoza	170.040	2,49
Total	6.822.831	100,0

VALOR TOTAL DE LA COMERCIALIZACIÓN		
	Mill. de €	%
Mercalgeciras	9,2	0,1
Mercalicante	271,6	2,3
Mercasturias	92,5	0,8
Mercabadajoz	12,9	0,1
Mercabarna	3.195,2	26,9
Mercabilbao	386,4	3,3
Mercacordoba	69,4	0,6
Mercagalicia	142,0	1,2
Mercagranada	162,5	1,4
Mercairuña	56,5	0,5
Mercajerez	39,5	0,3
Mercalaspalmas	217,6	1,8
Mercaleon	47,9	0,4
Mercamadrid	4.107,3	34,6
Mercamalaga	524,3	4,4
Mercamurcia	176,6	1,5
Mercapalma	337,7	2,8
Mercasalamanca	43,3	0,4
Mercasantander	29,9	0,3
Mercasevilla	505,0	4,3
Mercatenerife	101,2	0,9
Mercavalencia	955,6	8,0
Mercazaragoza	389,4	3,3
Total	11.873,5	100,0

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 2015, la Red de Centros Comerciales de Mercasa estaba 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).

La Superficie Bruta Alquilable (S.B.A.) de los Centros Comerciales de la Red suma un total cercana a los 75.000 m² con un total de 397 locales, ade-

más de stands temporales, kioscos y atracciones de ocio infantil, 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 36,21% de la superficie comercial dedicada a esa actividad, seguida del ocio y la restauración, con un 18,40%.

Durante el año 2015, la ocupación ha descendido ligeramente respecto a la registrada el año anterior, situándose en un 76,51%, debido a que algunas empresas no lograron superar los efectos de la crisis económica. No obstante, en algunos centros los datos son francamente positivos, como el 100% de ocupación que arroja S'Escorxador y los casos de La Asunción o La Plaza de Badajoz, que se sitúan a diciembre de 2015 en cifras superiores, en ambos casos, al 95% de ocupación.

La mayor parte de los Centros Comerciales de la Red tienen un carácter de centro comercial de barrio o proximidad, 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 el objetivo de mantener los Centros acondicionados 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 2015 se han dirigido a la modernización, actualización y adaptación a la normativa vigente de instalaciones, entre las que destaca la rehabilitación del aparcamiento en superficie, reparación de colector y ejecución separadora de grasas en zona almacén de



ALCAMPO, modernización de montacargas y la apertura de arquetas registrables en el interior del Centro Comercial.

ASUNCIÓN

La principal actuación fue la encaminada a mejorar su accesibilidad, mediante la instalación de nuevas puertas automáticas en sustitución de las manuales existentes anteriormente.

LA PLAZA DE BADAJOZ

Como medida para buscar una mayor eficiencia operativa se ha invertido en la creación de una nueva zona de carga y descarga.

OPCIÓN

La inversión ha ido encaminada al cambio y sustitución progresiva de la iluminación con tecnología led, para conseguir una mayor eficiencia energética.

LA MÁQUINA

Realizadas acciones de mantenimiento y sustitución de parte del mobiliario del centro.

EL CENTRE DE LA VILA

Durante el año 2015 se ha realizado la remodelación integral de los aseos del Centro Comercial, acondicionamiento nuevos almacenes, reparación máquina de aire acondicionado, así como pequeñas inversiones varias.

ARRECIFE

Al tratarse de un centro renovado, las inversiones del ejercicio se han destinado a la mejora de la señalización y a la ambientación de locales.

LOS CIPRESES

Durante 2015 se ha desarrollado un ambicioso proyecto de remodelación integral del Cen-



tro Comercial, que contempla la modernización de sus equipamientos y un incremento de aparcamiento en superficie. Este proceso culminará con la reinauguración del Centro, con una imagen renovada y un nuevo posicionamiento, que lo convertirán en un referente indiscutible de la oferta comercial de su área de influencia.

S'ESCORNADOR

Las inversiones realizadas en 2015 se han destinado a las cubiertas de los edificios A-2 y D-2, así como a la reposición de los cristales de seguridad de los quioscos 2 y 5. Cabe resaltar el éxito de la incorporación del operador Mercado Gastronómico Gourmet en el Centro Comercial, con una importante inversión propia.

ACCIONES PROMOCIONALES

Con el objeto de dinamizar la vida de los Centros Comerciales, atraer a nuevos clientes y fidelizar a los usuarios de los mismos, se llevan a cabo habitualmente campañas promocionales en fechas señaladas como Navidad, San Valentín, Día del

Padre, Día de la Madre, etc., que se complementan con otras campañas de promoción específicas, impulsando la actividad comercial y favoreciendo la afluencia de visitantes. Entre los eventos promocionales, cabe destacar los siguientes:

S'ESCORNADOR

Destacan como acto de gran repercusión mediática, la celebración del evento cinematográfico, de referencia en las Islas Baleares, Maresmostra Palma Internacional Film Festival, en el Cine Ciutat de S'Escornador, celebrado del 30 de abril al 3 de mayo, que contó con la presencia de actores y directores de cine de prestigio nacional e internacional, que aportaron gran asistencia de público al Centro.

Otras acciones realizadas fueron La Fiesta de Fin de Curso Centro Cultural S'Escornador, el Concierto Aniversario Cine Ciutat, campañas de conciertos y actuaciones en directo, la Jornada "Regreso al Futuro", con motivo del 30 aniversario de la primera emisión de la película y el Evolution Film Festival Mallorca.

GETAFE 3

A lo largo del año 2015 se han realizado distintas acciones promocionales, 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, 30 Aniversario, Animaciones infantiles 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", "IV Duatlón", "Carroza de Reyes Magos" y el "Centro Cívico Buenavista".

Por otro lado, como estrategia encaminada a la mejora del marketing, se ha creado la "Tarjeta Amigo" para fidelizar como clientes a los propios trabajadores del Centro.

EL CENTRE DE LA VILA

En este centro se han dividido las acciones por Campañas Promocionales entre las que se realizaron la de Verano'15, la Castañada'15 y Navidad'15.

ARRECIFE

Además de las campañas de los 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 acciones como exposiciones y actividades de concienciación ecológica.

Destacar la ExpoDinosaurios, realizada desde el 12 de septiembre al 4 de octubre, que contó con una afluencia de más de 8.000 visitantes y que fue diseñada para la realización de dinámicas cruzadas de promoción para los operadores existentes.

Otras exposiciones realizadas con muy buena acogida por parte del público en el Centro Comercial versaron sobre fotografías de cine, juguetes antiguos, disfraces y el fondo marino. Este ciclo expositivo se mantuvo durante el primer trimestre del año.

OPCIÓN

Además de las campañas promocionales en fechas tradicionales, durante la Navidad se instaló una feria infantil con camas elásticas, hinchables y juegos infantiles.

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 / 2015

CENTROS COMERCIALES	LOCALES	SUBCONTRATAS	MERCASA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Arrecife	29	10	1	40	9	31	40
La Asunción	53	2	1	56	19	37	56
El Centre de la Vila	212	32	4	248	108	140	248
Los Cipreses	31	8	1	40	23	17	40
S'Escorxador	195	8	1	204	105	99	204
Getafe 3	531	28	4	563	216	347	563
La Máquina	17	4	1	22	8	14	22
Opción	29	5	1	35	11	24	35
La Plaza	39	2	2	43	22	21	43
Total	1.136	99	16	1.251	521	730	1.251
%	90,81%	7,91%	1,28%	100%	42%	58%	100%

NOTA: Información facilitada por la Gerencia de los Centros Comerciales.

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

LOS CIPRESES

Campaña de información y difusión del proyecto de remodelación del Centro Comercial, al objeto de incorporar a operadores que se adecuen al nuevo mix comercial previsto.

LA ASUNCIÓN

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

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

Los Centros Comerciales de MERCASA colaboran activamente con las entidades locales y todo

tipo de instituciones en el fomento de la responsabilidad medioambiental. MERCASA facilita en sus Centros espacios para contenedores de reciclaje y puntos de recogida de vidrio, pilas, aceite y ropa, promoviendo una concienciación medioambiental de los visitantes de los Centros.

Por otra parte, los Centro Comercial de Mercasa aportan valor a su comunidad colaborando con distintas ONG como la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), Cruz Roja, asociaciones de discapacitados, igualdad de género, etc., a través de la cesión de espacios y de distintos patrocinios.

En cuanto a la creación de puestos de trabajo, los Centros Comerciales de Mercasa tienen un papel muy importante. Gracias a los mismos se generan más de 1.100 puestos de trabajo, de los cuales más del 90% se corresponde con personal empleado por los operadores y comerciales instalados en los Centros. Del total de los trabajadores, el 58% son mujeres y el 42% son hombres.

RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

MEZCLA COMERCIAL / 2015

DATOS DEL CENTRO				ACTIVIDADES								
NOMBRE	SITUACIÓN	SUP m²	UDS	HSM		ALM		MYC		HBE		
Arrecife	Arrecife - Lanzarote	7.088	71	-		24,20	1	611,55	6	-		
La Asunción	Jerez de la F. - Cádiz	2.290	32	1.318,60	1	163,42	6	219,17	7	18,73	1	
Los Cipreses	Salamanca	5.835	29	-		-		-		-		
S' Escorxador	Palma de Mallorca	5.932	28	985,00	1	10,00	1	-		-		
Getafe 3	Getafe - Madrid	27.324	87	15.502,30	1	1.015,90	9	450,00	8	38,85	1	
La Máquina	Ponferrada - León	1.887	16	961,53	4	131,60	4	-		-		
Opción	Gijón - Asturias	4.605	23	1.425,00	1	-		1.557,00	2	-		
La Plaza	Badajoz	2.037	18	1.009,09	4	496,94	3	-		-		
El Centre de la Vila	Barcelona	17.418	93	3.836,84	3	60,73	1	733,76	5	313,65	3	
Total		74.415	397	25.038,36	15	1.902,79	25	3.571,48	28	371,23	5	

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...)

Red de Centros Comerciales

ACTIVIDADES						PROCEDENCIA						OPERADOR					
SVC		RYO		DIV		INT		NAC		LOC		FRQ		CAD		COI	
946,90	12	332,00	5	279,45	2	-		-		2194,10	26	-		708,90	6	1.485,20	20
173,47	7	99,26	1	183,62	5	-		1.318,60	1	857,67	27	-		1.318,60	1	857,67	27
192,00	1	368,60	1	30,00	1	368,60	1	222,00	2	-		398,60	2	192,00	1	-	
2.960,00	5	1.975,00	20	2,00	1	-		1.017,00	5	4.915,00	23	6,00	1	1.996,00	4	3.930,00	23
2.690,48	22	2.592,60	18	1.140,63	12	17.086,80	5	3.880,01	43	2.463,95	23	845,03	13	19.854,30	34	2.731,43	24
-		175,00	2	561,20	4	961,53	4	-		867,80	10	116,20	3	961,53	4	751,60	7
51,94	1	-		450,00	1	-		1.425,00	1	2.058,94	4	-		1.425,00	1	2.058,94	4
138,15	3	327,21	4	47,00	3	-		-		2.018,39	17	-		1.506,03	7	512,36	10
1.908,05	24	7.820,70	25	604,34	11	-		9.219,95	12	6.058,12	60	309,00	3	8.910,95	9	6.058,12	60
9.060,99	75	13.690,37	76	3.298,24	40	18.416,93	10	17.082,56	64	21.433,97	190	1.674,83	22	36.873,31	67	18.385,32	175

CLAVES PROCEDENCIA:

INT: INTERNACIONAL

NAC: NACIONAL O REGIONAL

LOC: LOCAL

CLAVES OPERADOR:

FRQ: FRANQUICIA

CAD: CADENA

COI: COMERCIO INDEPENDIENTE

MERCADOS MINORISTAS



MERCADOS MINORISTAS Y PROYECTOS ESPECIALES



Una de las principales líneas estratégicas de actuación de Mercasa es la potenciación de los Mercados Minoristas como canal de distribución alimentos frescos. Con este objetivo, Mercasa desarrolla su Programa de Remodelación de Mercados Municipales Minoristas, parte del cual se enmarca en el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2015, impulsado por el Ministerio de Economía y Competitividad, desde la Secretaría de Estado de Comercio y la Dirección General de Comercio Interior, que tiene por objeto dotar al comercio minorista de un conjunto de medidas de apoyo

y fomento que establezcan las bases adecuadas para un crecimiento competitivo y equilibrado, en un marco de coordinación institucional.

En el marco de este Plan Integral, la Secretaría de Estado de Comercio firmó en 2015 una Encomienda de Gestión a Mercasa para la elaboración de estudios técnicos-comerciales de mercados localizados en diversos municipios del territorio nacional. Los estudios incluidos en la encomienda de este año han sido los del Mercado del Real en la ciudad autónoma de Melilla, Mercado de San Sebastián en Huelva,

Mercado de Ayamonte, Mercado de Santoña, Mercado de Almassora y Mercado de La Ronda del Carmen en Cáceres.

En los estudios se realiza un análisis pormenorizado del estado actual de los mercados, tanto en los aspectos arquitectónicos de la edificación que los alberga, como a su estructura comercial, así como de las condiciones socioeconómicas del entorno, desarrollándose una propuesta de actuación que puede incluir tanto la reforma y/o reparación de la edificación y sus instalaciones, como la realización de cambios en el planteamiento comercial existente, siempre con el objetivo de conseguir el aumento de la actividad comercial, así como su continuidad en el tiempo.

Por tanto, las propuestas de actuación realizadas en los estudios son la base de los proyectos de reforma y dinamización de los mercados analizados.

Además de en los municipios mencionados anteriormente y dentro del desarrollo del citado Programa de Remodelación de Mercados Municipales Minoristas, se ha realizado el estudio técnico-comercial del Mercado de Hadú en la Ciudad Autónoma de Ceuta, el asesoramiento al Ayuntamiento de San Cristóbal de la Laguna (Canarias) sobre el nuevo mercado y la primera fase de la de asistencia técnica en la remodelación del Mercado de Abastos de Lugo.

La asistencia técnica al Ayuntamiento de Lugo se desarrolla en dos fases: una primera, consistente en la redacción del proyecto de remodelación de las dos plantas del mercado y la dirección de las obras de la primera planta; la segunda fase consistente en la dirección de las obras de la planta baja. Durante 2015 se ha completado la primera fase, estando pendiente la licitación por parte del Ayuntamiento de las obras de la planta baja para continuar con la asistencia técnica.

Como complemento a los estudios realizados en los diferentes mercados, Mercasa analiza la viabilidad económica de gestión por operadores externos de la explotación de los mismos, siempre con el requisito de la optimización de los recursos para garantizar la actividad comercial minorista.

Todas estas actuaciones incluyen una estrecha colaboración con ayuntamientos, comunidades autónomas y asociaciones de comerciantes para el desarrollo de las mismas.

Nos avala nuestra experiencia, adquirida en la participación en los proyectos de remodelación de más de 180 mercados en toda España, situando a Mercasa como la empresa líder en la implantación de procesos de transformación y modernización de Mercados Municipales.

Como trabajos previos a los estudios a realizar en 2016, se han mantenido contactos con diver-

En los estudios se realiza un análisis pormenorizado del estado actual de los mercados, tanto en los aspectos arquitectónicos de la edificación que los alberga, como a su estructura comercial, así como de las condiciones socioeconómicas del entorno, desarrollándose una propuesta de actuación que puede incluir tanto la reforma y/o reparación de la edificación y sus instalaciones, como la realización de cambios en el planteamiento comercial existente



sas corporaciones municipales, entre las que cabe destacar las de Almuñécar (Granada), Alcorcón (Madrid), Burgos, Castellón de la Plana, Guadalajara, La Laguna (Tenerife), León, Martorell (Barcelona), Celanova (Orense), El Escorial (Madrid), Mazarrón (Murcia), Palencia, San Juan (Alicante) Tafalla (Navarra), Logroño (La Rioja), Valencia y Elda (Alicante).

Por otra parte, dentro de la línea de actuación de los Proyectos Especiales, durante el año 2015 se han desarrollado los siguientes trabajos: proyecto y estudio de viabilidad para la implantación de operadores de distribución alimentaria en Mercazaragoza, Mercaleón y Mercasantander, concesión de la explotación de la Lonja de Pescado y la Zona Comercial del muelle de Levante del Puerto de Huelva y proyecto de Trazabilidad de la Pesca.

El proyecto de Explotación de la Lonja de Pescado y la Zona Comercial del muelle de Levante 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 el año 2015 se ha realizado el seguimiento del desarrollo de la primera fase del proyecto, consistente en la construcción de la nueva Lonja de Pescado, además de desarrollar una línea de

trabajo para modificar el proyecto arquitectónico de la segunda fase al objeto de adaptarlo al planteamiento comercial planificado por Mercasa.

Mercasa puso en marcha en 2014 el proyecto de plataforma informática para la trazabilidad de la pesca, con el objetivo de completar la línea de nuevas fórmulas comerciales de organización y especialización, financiada y promocionada por la Unión Europea, en el marco de la política pesquera común. En 2015 se ha culminado con éxito la implantación de dicha plataforma en las Mercas que cuentan con operadores de productos pesqueros.

Asimismo, a finales de 2015 se inauguró el primer establecimiento de la enseña Mercafresh, en Madrid, que debe actuar como experiencia piloto de un posible modelo de franquicia que pretende desarrollar Mercasa. En función de los resultados de esta primera experiencia, el objetivo es poner esta posible franquicia a disposición de los operadores comerciales, para favorecer el comercio de alimentos frescos procedentes de las Mercas. Un nuevo modelo de formato comercial que combina en un mismo espacio frutas y verduras, carnes, pescados, panadería y una selección de platos preparados.

ACTIVIDAD INTERNACIONAL



ACTIVIDAD INTERNACIONAL



Mercasa continúa reforzando su oferta de asistencia técnica internacional y consultoría especializada a aquellas autoridades que planean establecer nuevos mercados mayoristas y minoristas, o renovar y modernizar lo que ya tienen en funcionamiento.

Dentro de esta línea de actividad, se ofrece consultoría en aspectos parciales del establecimiento y gestión de estudios de dimensionamiento comercial, estudios de viabilidad económico-financiera, diseños, anteproyectos y proyectos técnico-constructivos, cursos de capacitación y también proyectos integrales de todo el proceso, desde los primeros estudios hasta al apoyo a la puesta en marcha del mercado.

Adicionalmente, a través de la empresa filial al 50% “Consortio Mercasa-Incatema Consulting, S.R.L.”, Mercasa ofrece la posibilidad de ejecutar proyectos llave en mano, como el que se ha desarrollado para la ciudad de Santo Domingo (República Dominicana) y el que está en curso para Luanda (Angola).

A lo largo del primer semestre de 2015 se preparó un programa formativo para el futuro equipo directivo del Centro Logístico y Alimentario de Luanda (CLOD Luanda), en su Fase II, que fue impartido en el mes de octubre en Mercamálaga por personal técnico de esta Unidad Alimentaria y de Mercasa. La Fase I de este programa fue impartida en Angola en 2014. Se trata de una parte del proyecto llave en mano

que “Consortio Mercasa Incatema, S.R.L.” viene ejecutando en Angola para el Ministerio de Comercio de ese país.

En el mes de junio se firmó un acuerdo de colaboración con otras empresas españolas (INYPSA Informes y Proyectos, S.A. y Riegos de Levante Murcia, S.L.) a fin de promover, junto con las autoridades gubernamentales de Cabo Verde, la implantación de una Unidad Alimentaria en dicho país. A finales de año, el desarrollo del proyecto estaba pendiente de la confirmación de disponibilidad financiera por parte de Cabo Verde.

En diciembre se entregó la documentación (oferta técnica y oferta económica) para participar en la licitación pública internacional “Estudios de Pre Inversión para el Mercado Regional Mayorista en la Región Brunca de Costa Rica”, licitación que se resolverá a lo largo de 2016.

También en diciembre 2015 se firmó, fruto de contactos y negociaciones iniciadas en 2013, un contrato con las empresas ZAGIN ASIA, S.L. y ZAGIN, S.L. sendos contratos de asistencia técnica para la puesta en marcha de un gran mercado o centro de distribución en Tazoua (China). La asistencia técnica incluiría formación, estudios previos, ingeniería y puesta en marcha del mencionado mercado, así como consultoría para la constitución y puesta en marcha de una



red de mercados en la citada ciudad de Tazoua. Se espera que a lo largo de 2016 entre en vigor la aplicación de ambos contratos.

Por otro lado, a lo largo del año se ha respondido a diversos llamados de interés emitidos por organismos multilaterales, agencias de desarrollo o gobiernos extranjeros para proyectos de mercados en diversos países. Como resultado se ha enviado un total de trece manifestaciones para participar en licitaciones en países africanos, de las cuales algunas no han prosperado y se está a la espera de notificación respecto de otras enviadas a Burkina Faso, Congo, Costa de Marfil y Uganda.



CONSORCIO MERCASA INCATEMA

Mercasa, a través de Consorcio Mercasa Incatema Consulting, amplía 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.

Durante 2015 las actividades de Consorcio Mercasa Incatema Consulting se centraron primordialmente en el desarrollo y continuación de los proyectos en marcha del ejercicio anterior y en el intento de iniciar otros nuevos para el futuro.

Entre los primeros destacan las obras de la segunda fase del Centro Logístico y de Distribución de Viana (CLOD Luanda), iniciadas en abril de 2014, año en el que se logró un grado de avance del 33% que, sumado al del 57% logrado en el ejercicio de 2015, suponen un total del 90%. El restante 10% se ejecutará en 2016.

Otro proyecto heredado del ejercicio anterior es el de la construcción del Mercado Mayorista de Ouanaminthe, en Haití. Durante el año 2015 se ha cumplimentado todo el proceso administrativo de firma del contrato, del acta de replanteo, de la prestación de garantías, de la realización de estudios geotécnicos y topográficos del terreno, de la instalación del campamento de obras, etc. Las obras propiamente dichas se prolongarán entre 2016 y finales de 2017.

Durante el año 2015 se emprendieron varias actuaciones comerciales, para concretar y comenzar a desarrollar a partir de 2016.

Entre ellas destaca la suscripción con el Ministerio de Comercio (MINCO) del Gobierno de la República de Angola de cinco contratos para la



**Consorcio
Mercasa
Incatema
Consulting**

construcción de los colectores de salida de las aguas pluviales hasta la depuradora y desde ésta hasta el punto de desagüe en el Río Seco, así como de los de las aguas residuales hasta la fosa séptica provisional; a la construcción de un depósito de agua de 2.500 m³ y de las conducciones para su abastecimiento y distribución y a la construcción de una línea eléctrica de 4 km desde la Subestación de Viana para el abastecimiento prioritario y de emergencia de energía eléctrica a los edificios e instalaciones construidos. Las obras deberán ser acometidas en breve, dada la urgencia de su terminación para la entrada en funcionamiento del CLOD.

También, y tras negociaciones mantenidas intermitentemente desde el año 2012, intensificadas durante 2015, es previsible que en el transcurso de 2016 se llegue a firmar un contrato para la construcción de un Mercado Mayorista en San Salvador cuyas obras, según la última previsión del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Gobierno de El Salvador, deberán comenzar en enero de 2017 y concluir en diciembre de 2018.

Por último, se mantienen gestiones abiertas y contactos, en distintos grados de concreción, con los gobiernos de otros países, como República Dominicana, Kenia, Mozambique, Ghana o Senegal.

UNIÓN MUNDIAL DE MERCADOS MAYORISTAS (WUWM)

Mercasa continúa siendo uno de los miembros de referencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM, *World Union of Wholesale Markets*), asociación internacional, constituida en 1956, y de la que Mercasa es socio desde 1969. La WUWM integra actualmente a 240 mercados de más de 50 países de todo el mundo y que impulsa el intercambio de información principalmente sobre mercados mayoristas alimentarios, y también minoristas, con el objetivo de generar un foro de carácter técnico del que puedan sacar provecho las autoridades de mercados, sus propietarios y los equipos directivos de los mismos.

Por su larga experiencia y el amplio número de Unidades Alimentarias que integran la Red de Mercas, Mercasa es objeto de atención por parte de otros países, como demuestran, además, las muchas solicitudes de realización de visitas técnicas a las Mercas.

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.

A lo largo de 2015 Mercasa ha participado en las dos conferencias internacionales, celebrada la primera de ellas en Budapest (Hungría) en el mes de mayo y en Campinas (São Paulo, Brasil) en el mes de septiembre.

En las elecciones de vocales al Consejo de Dirección de la WUWM, que se celebraron durante la Conferencia de Budapest, el candidato propuesto por Mercasa, Andrés de Pando, resultó elegido como vocal sustituyendo al hasta entonces representante, Manuel Estrada, quién no obstante prolongó por un año, hasta mayo de 2016, el plazo de su mandato como presidente de la WUWM, cargo que ejerce desde mayo de 2013 por votación universal de todos los miembros de la WUWM.

Mercasa interviene también 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 por ejemplo lo relativo a la normativa y reglamentación comunitaria sobre comercio alimentario, cuestiones de normativa de competencia que pueda afectar a los mercados, higiene y salud alimentaria y, también, para poner de relieve ante las autoridades europeas el importante papel de los mercados alimentarios de productos frescos, mayoristas y minoristas, en el desarrollo de las ciudades, el acceso de la población a una alimentación sana, el mantenimiento del comercio de proximidad, el mantenimiento de pequeñas y medianas empresas y el consumo de producto alimentario local, entre otros aspectos.

Además, Mercasa participa activamente en todos los debates e iniciativas que se impulsan desde la Unión Mundial de Mercados Minoristas, para favorecer el progreso de este formato comercial. Entre estas iniciativas, desde la campaña de promoción bajo el lema "Me gusta mi mercado".



WUWM
World Union of Wholesale Markets
Promoting wholesale and retail markets world-wide

ASISTENCIA TÉCNICA



ASISTENCIA TÉCNICA



Mercasa cuenta, desde su creación, con una estructura propia de servicios técnicos de diferentes campos (ingenieros de caminos, industriales, agrónomos, arquitectos, aparejadores y delineantes), que participan en el desarrollo de todas las actuaciones técnicas promovidas por la empresa, presentando servicios de consultoría en el campo de la ingeniería y arquitectura de forma continuada, tanto a los distintos departamentos de la empresa, como a clientes externos.

El conocimiento técnico generado a lo largo de los años de trabajo en el diseño y construcción de las instalaciones relacionadas con la distribución alimentaria y el pequeño comercio, ha permitido a los técnicos de Mercasa ser testigos del proceso de envejecimiento y madurez de las

construcciones y participar en la transformación y adaptación de los nuevos proyectos, estando presentes en la evolución de las infraestructuras y servicios que se demandan.

Se genera así un proceso continuo e intencionado de optimización de diseños y soluciones constructivas, adaptando el concepto original a los actuales sistemas edificatorios, tecnología, modos de transporte, almacenaje, manipulación y venta.

Se trabaja desarrollando modelos de mercados a futuro, naves de usos flexibles, urbanizaciones adaptadas a las crecientes capacidades de transporte pesado e incorporado como un requerimiento más las cuestiones relativas al tratamiento evolucionado de residuos y ahorro energético.



Asimismo, desde el punto de vista técnico, el desarrollo y modernización de las instalaciones físicas que albergan las actividades de distribución alimentaria en el ámbito internacional, es una tarea que cada vez reclama más recursos y esfuerzo.

En cuanto a las principales actividades desarrolladas en este ámbito durante 2015, destaca el Proyecto y Dirección de Obra de la Nave de Servicios Generales de Mercamálaga, incluida la sustitución de las cubiertas originales de fibrocemento de otras cuatro naves de esta misma Merca por otras nuevas que mejoran el aislamiento térmico y eliminan el riesgo de contaminación por amianto.

En Mercazaragoza se trabaja para la nueva línea de sacrificio de porcino del matadero y en Mercaleón se ha realizado un estudio de adaptación de la nave principal.

En Mercados Minoristas se han desarrollado nueve anteproyectos que reflejan las conclusiones de estudios comerciales adaptados a edificios de nueva planta o remodelando existentes: (Ceuta, Córdoba, Salamanca, La Laguna (Tenerife), Santoña (Cantabria), Huelva, Ayamonte (Huelva), Cáceres y Almassora (Castellón).

Desde el punto de vista técnico, el desarrollo y modernización de las instalaciones físicas que albergan las actividades de distribución alimentaria en el ámbito internacional, es una tarea que cada vez reclama más recursos y esfuerzo



Las actuaciones en Centros Comerciales se han centrado en las necesidades de renovación (aseos, instalaciones eléctricas, puertas automáticas, etc.) y la obtención de los certificados de eficiencia energética de los edificios.

En el Centro Comercial Los Cipreses (Salamanca) se trabaja en una remodelación integral, adaptando la configuración del conjunto a nuevas demandas comerciales y creando mayores áreas de aparcamiento para compradores.

La actividad internacional se ha centrado principalmente en Angola, Panamá y Haití.

En Angola se continúa con la dirección técnica de las obras del Centro Logístico de Distribu-

ción de Luanda, se han iniciado las obras para la construcción del mercado de Ouanaminthe y protección de la ribera Haitiana del río Masacre en Haití, cuya dirección de obra asume Mercasa, y para el Ayuntamiento de Panamá se ha redactado el proyecto del Remodelación del Mercado de San Felipe Neri, consistente en una reforma integral, soterramiento de actividades logísticas y creación de nuevos espacios comerciales complementarios a la actividad de mercado.

Otras actuaciones se han desarrollado en Perú (Anteproyecto del Mercado de San José en Lima) y en El Salvador, Costa Rica, Paraguay, Marruecos, Argelia y China, realizando estudios previos y acciones comerciales para la implantación de Unidades Alimentarias.

INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN



INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN EN LA CADENA ALIMENTARIA



A lo largo de 2015, 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 2015 llegó a su número 140, tras veinticinco años editándose; y el anuario *Alimentación en España*, que en 2015 llegó a su edición número 18. 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 reflejan 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 2015 se realizó un total de 28.340 descargas de artículos de la revista, un 28% más que en el año anterior.

En cuanto al anuario *Alimentación en España 2015*, además de la edición en papel, 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 2015 se realizó un total de 66.561 visitas –un 65% más que en 2014– y unas 350.000 páginas vistas.

Además, Mercasa asumió en 2015 el desarrollo de un programa de promoción de las publicaciones *Distribución y Consumo* y *Alimentación en España*, para conseguir una mayor divulgación de las ediciones digitales, disponibles desde hace años en la web de Mercasa, mediante el envío de una newsletter, coincidiendo con cada nuevo

número de la revista y el anuario, a un amplio listado de destinatarios con potencial interés en el contenido de estas publicaciones.

En 2015 se enviaron las newsletter de los cinco números editados de *Distribución y Consumo* y el Anuario *Alimentación en España 2015*, a un listado de unas 2.000 direcciones de correo electrónico. Un listado que se va incrementando progresivamente en respuesta a la petición de personas que desean recibir esta comunicación.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, como medio propio de la Administración, Mercasa realizó en 2015, mediante encomiendas del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las siguientes actividades:

SEMANAS TEMÁTICAS DE PROMOCIÓN ALIMENTARIA

- Semana de la reducción de desperdicios.
- Semana de productos ecológicos.
- 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, supermercados y mercados, con degustaciones e información directa a los consumidores.
- Acto de promoción en una plaza de Madrid.
- 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.
- Actividades con diversos materiales para escolares.

TALLERES ESCOLARES DE LA DIETA MEDITERRÁNEA Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Durante 2015, se realizaron actividades en las que participaron más de 40.000 alumnos de Edu-

cación Primaria y Secundaria, en 300 colegios de 10 provincias diferentes.

Los Talleres de la Dieta Mediterránea para escolares de Educación Primaria y Secundaria se realizaron a través de una acción didáctica, formativa y participativa, presentada de manera atractiva para el público al que van dirigidos, enseñándoles a preparar un plato a base de los ingredientes básicos de la Dieta Mediterránea.



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 siete campeonatos de España de diferentes deportes en edad escolar, en los que han participado cerca de 5.000 atletas en siete ciudades.

JORNADAS DE ALIMENTACIÓN Y DEPORTE



Se realizaron en el Parque del Retiro de Madrid, durante un fin de semana de septiembre

de 2015, con exhibiciones y prácticas deportivas para niños y adolescentes, de futbito, voleibol, badminton, baloncesto 3x3, patinaje en línea freestyle, gimnasia rítmica y tenis de mesa. En estas jornadas, en las que participaron más de 9.000 escolares, se divulgó también información sobre dieta mediterránea y hábitos de alimentación y vida saludables.

VUELTA CICLISTA A ESPAÑA JUNIOR

En colaboración con la Vuelta Ciclista a España se realizó la denominada Vuelta Ciclista Junior, con actividades en centros escolares, mediante las denominadas "Aulas ciclistas" y, por otro lado, durante 11 etapas de la Vuelta Ciclista a España, carreras de ciclistas escolares en la Vuelta Ciclista Junior, que se disputaron en los últimos kilómetros, del mismo escenario donde a continuación se celebró la llegada de la Vuelta Ciclista a España. En estas actividades participaron cerca de 4.000 escolares de entre 3º y 6º de primaria, a los que se informó también sobre las virtudes de la dieta mediterránea.



PLAN DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

Todas las actividades de promoción se reforzaron durante 2015 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 una encomienda del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Mercasa desarrolló en 2015 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.



ACCIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y OBJETIVOS DE LA AICA

Mercasa recibió en 2015 una Encomienda de Gestión de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) para el desarrollo de acciones de información y comunicación de sus actividades y objetivos propios, incluyendo una estrategia de comunicación para divulgar qué es

la AICA, cuáles son sus funciones y objetivos, y cómo puede dar servicio a los diferentes sectores de la cadena alimentaria; además de diseñar el material adecuado para la estrategia de comunicación y realizar la nueva web corporativa de la Agencia, incluido el diseño y sus contenidos.

PROMOCIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DURANTE NAVIDAD

Mercasa volvió a coordinar en 2015, por cuarto 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 y 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, superándose los 300 Mercados Municipales participantes en toda España, con una implicación muy activa de los co-



merciantes. Las actuaciones a través de las redes sociales han tenido un fuerte aumento en el número de seguidores.

GESTIÓN SOSTENIBLE Y DE CALIDAD



MEJORA DE LOS SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO

En septiembre de 2015 se creó la Dirección de Auditoría Interna de Mercasa, que se configura como un área funcionalmente independiente para la evaluación y la supervisión de la eficacia de los sistemas de control interno y gestión de los riesgos relevantes de la sociedad, garantizando que dichos controles son suficientes y facilitando con ello la consecución de los objetivos estratégicos del Grupo.

En este ámbito, Mercasa trabaja con los siguientes objetivos:

- Identificar y evaluar los riesgos y puntos débiles a los que se enfrenta la organización.
- Garantizar que existe un sistema de control adecuado y suficiente, que gestione los riesgos de un modo correcto, facilitando la consecución de los objetivos estratégicos del Grupo Mercasa.
- Verificar que los diferentes órganos de la sociedad cumplen con las funciones que tienen atribuidas y que los diferentes procesos de la organización se llevan a cabo según las políticas y procedimientos internos aprobados.
- Supervisar la fiabilidad e integridad de la información financiera, contable y de gestión generada por Mercasa.

- Asistir al Presidente y a la Comisión de Auditoría en el cumplimiento objetivo de sus responsabilidades, contribuyendo al buen gobierno corporativo y al resto de la organización en la mejora de los sistemas y procedimientos de control interno.

Durante el ejercicio 2015 se han desarrollado las siguientes actuaciones:

- Elaboración del Estatuto de Auditoría Interna de Mercasa, que establece los objetivos, funciones y facultades de la Dirección de Auditoría Interna de Mercasa y dispone la forma de llevar a cabo sus actuaciones. Aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad el 27 de octubre de 2015.
- Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna de Mercasa y su grupo para 2016, dirigiendo y coordinando su ejecución, de acuerdo con la Dirección de Auditoría Interna de SEPI y bajo las directrices de la Comisión de Auditoría del Consejo de Administración de Mercasa.
- Ejecución del Plan Anual de Auditoría Interna de Mercasa 2015 cuyo contenido consistió en la elaboración del Informe de Seguimiento de Recomendaciones derivadas del Informe de Auditoría Integral 2014, realizado por la Dirección de Auditoría Interna de SEPI.

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Mercasa certificó su Sistema de Gestión de la Calidad conforme a la norma UNE EN ISO 9001: 2008 en el año 2011. En los cuatros años transcurridos desde la primera certificación el equipo humano que conforma la organización ha ido perfilando y ajustando sus procesos y, año tras año, mejorando la eficacia de los mismos, profesionalizando las funciones y actividades que se desarrollan en Mercasa, enfocándose en el control y la mejora como factor competitivo.

Las herramientas del sistema de gestión proporcionan a Mercasa toda la información necesaria para la toma de decisiones con el fin de aumentar la satisfacción de sus clientes y otros grupos de interés.

La actividad internacional de Mercasa se viene intensificando durante los últimos años 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. La sociedad ha constatado que sus clientes internacionales valoran positiva-



FS 581336

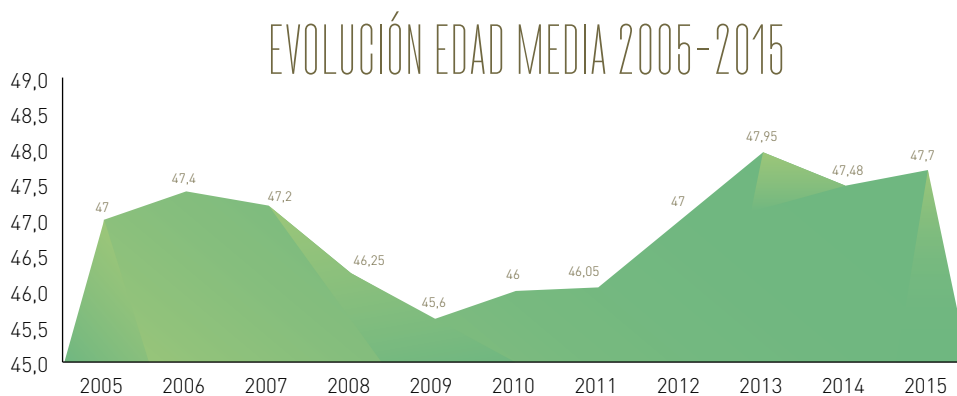
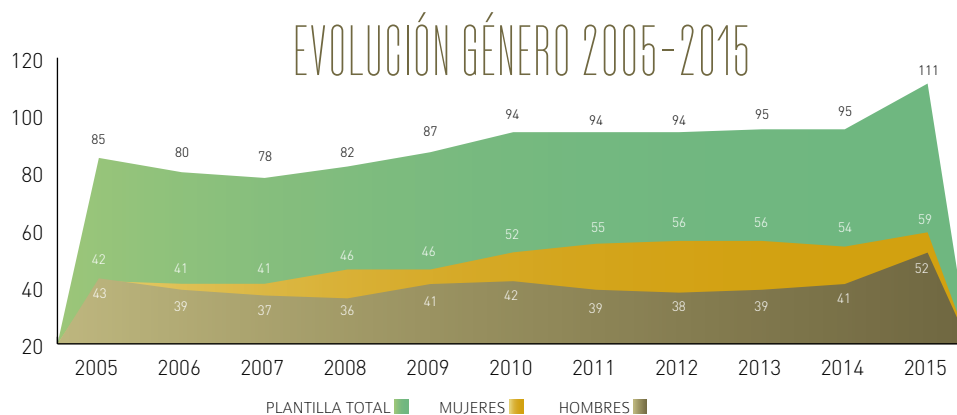
mente que Mercasa cuente con un sistema de gestión de calidad certificado.

En 2015 Mercasa estableció objetivos de calidad relacionados con la mejora en los tiempos de tramitación de contratos de arrendamiento, la contención de la morosidad de los clientes de Centros Comerciales y la reducción de los plazos de contratación de suministros, servicios y obras de la sociedad. Cabe destacar que se lograron todos los objetivos establecidos y que los resultados tras las auditorías interna y externa han sido satisfactorios. En septiembre de 2015 se publicó la nueva versión de la norma ISO 9001, a la que Mercasa adecuará su Sistema de Gestión de la Calidad.

RECURSOS HUMANOS

La plantilla de Mercasa está formada por 111 empleados, de los que un 53% son mujeres. La antigüedad media de los trabajadores es de más de catorce años (catorce años y tres me-

ses) existiendo por tanto una cultura de empresa muy arraigada y guardando lógica con la edad media de la plantilla que se sitúa en 48 años.



Manteniendo el compromiso de Mercasa con la Prevención de Riesgos Laborales, se ha vigilado su cumplimiento en colaboración con el Comité de Seguridad y Salud. El Plan de Prevención de Riesgos Laborales de Mercasa ha tenido como objetivo final el establecimiento de las pautas necesarias para garantizar la

seguridad y salud de sus trabajadores en todos los aspectos relacionados con el trabajo. Este plan ha pretendido desarrollar las acciones y adoptar las medidas necesarias para la integración de la actividad preventiva en la empresa, obteniendo una satisfacción valorada por los empleados.

Por otra parte, el 1 de enero de 2015 entró en vigor el nuevo Convenio Colectivo de Mercasa, una vez obtenidas las autorizaciones y aprobaciones oportunas, por parte de la Comisión de Seguimiento de la Negociación Colectiva de las Empresas Públicas y por el Comité de Dirección de SEPI, y firmado por parte de la Comisión negociadora.

Este nuevo convenio incluye un sistema de desarrollo profesional, entre cuyos factores está la evaluación del desempeño de los empleados. Para ello, se procedió en 2015 al lanzamiento de una prueba piloto que garantizase un apoyo a este sistema.

FORMACIÓN

La formación aumentó frente al ejercicio anterior dada la inclusión en el ejercicio presente de la formación dirigida a toda la plantilla en materia de prevención de riesgos penales, por considerar esta formación primordial ante los

cambios del Código Penal y en el sistema de evaluación del desempeño. El ratio de formación a 31 de diciembre de 2015 ha sido de 23,04 horas/empleado, que asciende a 25,45 horas por trabajador teniendo en cuenta las horas de los permisos individuales de formación, frente al 16,04 horas/empleado a 31 de diciembre de 2014. La formación se ha realizado teniendo en cuenta las necesidades genéricas y posteriormente específicas de cada puesto y estimando las peticiones concretas realizadas por algunos trabajadores.

La formación concreta realizada en el año 2015 ha alcanzado todos los aspectos y niveles. Desde una formación muy detallada como los Máster de Desarrollo Directivo o de Mantenimiento Eficiente de Instalaciones en Grandes Edificios, impartidos por la Fundación SEPI y por la Fundación UNED respectivamente, hasta las sesiones de actualizaciones formativas en los distintos aspectos de esta empresa. Los cursos realizados son los siguientes:

CURSOS

- Asesoría Jurídica de la Empresa del IE Law School
- Business Objects
- Contabilidad y Análisis de Balances para Juristas del ICAM
- De la Reforma Fiscal de la Fundación SEPI
- Doctrina del Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales en Contratación Pública
- Elaboración de los Estados Financieros del Plan General Contable
- Excel
- La Empresa Pública ante los Cambios Normativos
- Manipulación de Alimentos
- Microsoft Sharepoint
- Plataforma de Contratación del Sector Público
- Primeros Auxilios
- Sistema de Evaluación del Desempeño para las Aplicaciones Informáticas
- Word Avanzado

JORNADAS

- Ámbito Laboral
- Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo
- Compraventa Internacional Contratación, Incoterms y Resolución de Disputas
- Cuestiones Fundamentales para los Administradores Sociales
- Doing Business. Oportunidades de Inversión en Infraestructuras y Servicios Públicos en Perú
- El Administrador como Profesión de Riesgo

- Estrategias en Inbound Marketing
- Formación en Riesgos Penales
- Inglés
- Internacionalización de la Empresa Española
- La Contratación Socialmente Responsable, Generadora de Valor para la Empresa de la Cámara de Madrid
- La Facturación Electrónica Paso a Paso
- Oportunidades de Negocio en Costa De Marfil 2015
- Pavimentación de La Semana de la Ingeniería de Caminos en Madrid
- Protección de Datos
- Semana Formación Multilateral del ICEX
- Soluciones a las Últimas Tendencias en Jurisprudencia Social

MÁSTER

- Gestión Integrada CEREM Escuela Internacional de Negocios
- Mantenimiento Eficiente de Instalaciones en Grandes Edificios Fundación UNED
- Programa de Desarrollo Directivo (ed. 2014/2015 y ed. 2015/2016) Fundación SEPI

SEMINARIOS

- Actualización Laboral
- Técnicas de Auditoria de Gestión
- El Derecho: Mayor Rapidez en sus Búsquedas
- Formación Interna a Gerentes en Contratos del Sector Público
- Prácticas de Conciliación Productiva en las Empresas
- Lanzamiento ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015

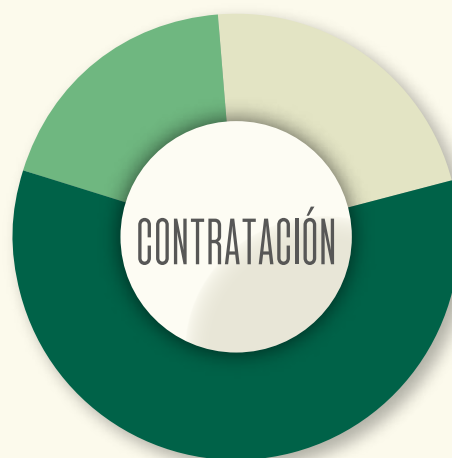
CONTRATACIÓN RESPONSABLE Y EFICAZ

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.

De acuerdo con las líneas marcadas tanto por la “Estrategia Europa 2020”, la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre Contratación Pública, así como las modificaciones realizadas en la Ley de Contratos del Sector Público, Mercasa ha continuado aplicando en la contratación de obras, suministros y servicios necesarios para el desarrollo de su actividad, las prácticas referidas y tendentes a la consecución de una contratación responsable y eficaz.

PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN DE MERCASA EN 2015



■ CON PUBLICIDAD / 59%

■ SIN PUBLICIDAD / 19%

■ CONTRATO MENOR / 22%

En las contrataciones en las que el objeto de contrato pudiera afectar al medio ambiente, se han aplicado criterios de sostenibilidad y protección ambiental

Así, se ha seguido potenciando, en los casos en que ha sido posible, la distribución del objeto del contrato en lotes, tanto de manera cuantitativa como cualitativa, **facilitando el acceso y participación** de empresas de pequeña y mediana dimensión a estas licitaciones, con absoluto respeto a los principios básicos de la contratación pública.

En las contrataciones en las que el objeto de contrato pudiera afectar al medio ambiente, se han aplicado criterios de sostenibilidad y protección ambiental. Muestra de ello ha sido la contratación del “Suministro eléctrico en la Red de Centros Comerciales y sede social de Mercasa”, en el que se ha establecido, además del precio, como criterio de valoración, el origen renovable o de cogeneración de alta eficiencia de la electricidad a suministrar. De esta forma, Mercasa trata de incentivar el desarrollo sostenible del sector energético en relación a aspec-

tos medioambientales y, por consiguiente, con la mejora de la eficiencia energética.

Por último y, en relación con la integración social, Mercasa ha prorrogado el contrato de servicios de Conserjería de su sede social, reservado a Centros Especiales de Empleo, con el objetivo de coadyuvar en la integración social y profesional de personas desfavorecidas o en riesgo de exclusión social.

El compromiso con la contratación responsable, sostenible y eficaz es una de las máximas que rigen en la tramitación de todos los procedimientos de contratación de Mercasa.

El **indicador de publicidad** del ejercicio 2015, en los procedimientos de contratación tramitados y regulados en las Instrucciones Internas de contratación de Mercasa, en relación con el importe de licitación, se refleja en el gráfico adjunto.

CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES



MERCASA INDIVIDUAL

BALANCE (DATOS EXPRESADO EN MILES DE EUROS)

ACTIVO	2015	2014
A) ACTIVO NO CORRIENTE	136.221	141.019
I. Inmovilizado Intangible	1.400	1.554
II. Inmovilizado material	3.901	3.351
III. Inversiones inmobiliarias	48.926	52.486
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	81.505	82.872
V. Inversiones financieras a largo plazo	-	62
VI. Activos por impuesto diferido	489	694
B) ACTIVO CORRIENTE	46.707	38.109
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
II. Existencias	24	42
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	4.828	5.403
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	28.420	23.688
V. Inversiones financieras a corto plazo	1.832	1.793
VI. Periodificaciones a corto plazo	44	52
VII. Efectivo y otros activos liquidos equivalentes	11.559	7.131
TOTAL ACTIVO (A + B)	182.928	179.128

MERCASA INDIVIDUAL

BALANCE (DATOS EXPRESADO EN MILES DE EUROS)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2015	2014
A) PATRIMONIO NETO	173.793	173.198
A-1) Fondos Propios	173.647	173.069
Capital	153.942	153.942
Reservas	18.172	18.066
Resultado del ejercicio	1.533	1.061
A-2) Ajustes por cambios de valor	146	129
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	-	-
B) PASIVO NO CORRIENTE	3.557	1.397
I. Provisiones a largo plazo	2.619	398
II. Deudas a largo plazo	-	-
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	178	219
IV. Pasivos por impuesto diferido	-	-
V. Periodificaciones a largo plazo	760	780
C) PASIVO CORRIENTE	5.578	4.533
II. Provisiones a corto plazo	22	31
III. Deudas a corto plazo	1.254	1.227
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	1.789	1.330
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.513	1.945
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	182.928	179.128

MERCASA INDIVIDUAL

CUENTA DE RESULTADOS (DATOS EXPRESADOS EN MILES DE EUROS)

	2015	2014
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	20.772	17.267
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	-	-
4. Aprovisionamientos	-4.343	-4.538
5. Otros ingresos de explotación	177	-
6. Gastos de personal	-6.348	-6.087
7. Otros gastos de explotación	-3.204	-2.916
8. Amortización del inmovilizado	-2.574	-2.806
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	-	-
10. Excesos de provisiones	-	-
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-1.707	-
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	-	-
13. Otros resultados	-65	22
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	2.708	942
14. Ingresos financieros	306	797
15. Gastos financieros	-20	-17
16. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
17. Diferencias de cambio	272	287
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-2.545	-1.179
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-1.987	-112
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)	721	830
19. Impuestos sobre Beneficios	812	231
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3 +19)	1.533	1.061
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	-	-
20. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	-	-
A.5). RESULTADO DEL EJERCICIO (Bº) (A.4+20)	1.533	1.061

MERCASA INDIVIDUAL

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CORRESPONDIENTE
AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS (Expresados en Miles de Euros)	2015	2014
Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias	1.533	1.061
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto	17	-1
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias	-	-
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	1.550	1.060

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO (Expresados en Miles de Euros)	Capital social	Reservas	Resultados ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio	Ajustes por cambio de valor	TOTAL
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
SALDO AJUSTADO, INICIO AÑO 2015	153.942	18.066	-	1.061	129	173.198
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	1.533	17	1.550
Operaciones con socios o propietarios						
Distribución de dividendos	-	-	-	-955	-	-955
Otras variaciones de patrimonio	-	106	-	-106	-	-
SALDO, FINAL AÑO 2015	153.942	18.172	-	1.533	146	173.793

MERCASA INDIVIDUAL

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014 (MILES DE EUROS)

FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACION	2015	2014
Resultado del ejercicio antes de impuestos	721	830
Ajustes del resultado	-1.507	221
Amortización del inmovilizado	2.574	2.806
Variación de provisiones - insolvencias	619	926
Variación de provisiones - inversiones en empresas del grupo y asociadas	2.545	1.179
Dotaciones de provisiones retribuciones a largo plazo	-30	310
Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	125	-
Deterioros de inversiones inmobiliarias	1.582	-
Ingresos financieros	-306	-797
Ingresos por dividendos	-8.523	-3.971
Gastos financieros	20	17
Diferencias de cambio	-272	-287
Otros ingresos	159	38
Cambios en el capital corriente	619	3.918
Existencias	18	-28
Deudores y otras cuentas a cobrar	55	3.384
Otros activos corrientes	18	293
Acreedores y otras cuentas a pagar	550	269
Otros pasivos corrientes	-18	-
Otros activos y pasivos no corrientes	-4	-
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	5.700	9.637
Cobros de dividendos	5.214	9.749
Cobros de intereses	382	377
Pagos de intereses	-1	-
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	79	83
Otros pagos (cobros)	26	-572
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	5.533	14.606

MERCASA INDIVIDUAL

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014 (MILES DE EUROS)

	2015	2014
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Pagos por inversiones	-20.204	-22.872
Empresas del grupo y asociadas	-	-
Inmovilizado intangible	-86	-122
Inmovilizado material	-857	-111
Inversiones inmobiliarias	-181	-1.469
Otros activos financieros - Depósitos SEPI	-19.032	-20.770
Otros activos financieros	-48	-400
Cobros por desinversiones	19.604	14.831
Empresas del grupo y asociadas y Depósitos SEPI	19.563	14.771
Inmovilizado intangible	-	2
Inmovilizado Material	-	4
Inversiones Inmobiliarias	-	-
Otros activos financieros	41	54
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-600	-8.041
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-35	-55
Emisión	28	7
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-	-
Otras deudas	28	7
Devolución y amortización de:	-63	-62
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-63	-62
Otras deudas	-	-
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instr. de patrim.	-487	-3.498
Dividendos	-487	-3.498
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-522	-3.553
EFFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO	17	-1
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES	4.428	3.011
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio	7.131	4.120
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	11.559	7.131

CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS



GRUPO MERCASA

BALANCE CONSOLIDADO (DATOS EXPRESADO EN MILES DE EUROS)

ACTIVO	2015	2014
A) ACTIVO NO CORRIENTE	304.862	301.153
I. Inmovilizado Intangible	1.573	1.714
II. Inmovilizado material	42.716	41.980
III. Inversiones inmobiliarias	67.912	71.973
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	190.850	183.607
V. Inversiones financieras a largo plazo	453	152
VI. Activos por impuesto diferido	1.277	1.587
VII. Deudores comerciales no corrientes	81	140
B) ACTIVO CORRIENTE	53.298	46.008
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
II. Existencias	24	42
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	6.472	7.920
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	29.047	25.828
V. Inversiones financieras a corto plazo	2.081	2.042
VI. Periodificaciones a corto plazo	56	66
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	15.618	10.110
TOTAL ACTIVO (A + B)	358.160	347.161

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2015	2014
A) PATRIMONIO NETO	345.060	337.053
A-1) Fondos Propios	319.391	312.106
I. Capital.	153.942	153.942
III. Reservas.	47.920	42.082
IV. Rvas. Soc. consolidadas por integracion global	1.546	1.756
V. Rvas. Soc. consolidadas puestas en equivalencia	107.200	105.665
VII. Resultado del ejercicio sociedad dominante	8.783	8.661
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto.	-	-
A-2) Ajustes por cambios de valor.	146	129
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. Consolidación	13.342	12.548
A-4) Socios Externos	12.181	12.270
B) PASIVO NO CORRIENTE	4.515	2.880
I. Provisiones a largo plazo	2.808	775
II. Deudas a largo plazo	280	271
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	178	219
IV. Pasivos por impuesto diferido	9	288
V. Periodificaciones a largo plazo	1.240	1.327
C) PASIVO CORRIENTE	8.585	7.228
II. Provisiones a corto plazo	26	43
III. Deudas a corto plazo	2.632	2.035
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	2.287	1.915
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.591	3.183
VI. Periodificaciones a corto plazo	49	52
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	358.160	347.161

GRUPO MERCASA

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA (DATOS EXPRESADOS EN MILES DE EUROS)

	2015	2014
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	21.982	23.207
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	-	-
4. Aprovisionamientos	-5.110	-5.396
5. Otros ingresos de explotación	523	422
6. Gastos de personal	-9.339	-9.044
7. Otros gastos de explotación	-6.501	-6.206
8. Amortización del inmovilizado.	-4.555	-4.783
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	118	118
10. Excesos de provisiones.	117	104
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-1.707	-
12. Otros resultados de explotación	-57	36
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	-4.529	-1.542
13. Ingresos financieros	319	900
14. Gastos financieros	-26	-30
15. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
16. Diferencias de cambio	272	287
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-	-
A.2) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)	565	1.157
18. Otras partidas de Grupos Consolidados (Rtdo Soc. Puestas en Equivalencia)	12.392	9.456
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2+18)	8.428	9.071
21. Impuestos sobre Beneficios	855	223
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3+21)	9.283	9.294
A.5). RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A4+22)	9.283	9.294
Resultado atribuido a la sociedad dominante	8.783	8.661
Resultado atribuido a socios externos	500	633

GRUPO MERCASA

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS

CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE

DE 2015 Y 2014 (EN MILES DE EUROS)

	2015	2014
A) Resultado consolidado del ejercicio	9.283	9.294
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	1.511	1.194
IV. Por ganancias y pérdidas actuariales y otros ajustes	-	-
V. Diferencias de conversión	17	-1
VI. Efecto impositivo	-149	-14
B) Total ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto consolidado (I+II+III+IV+V+VI)	1.379	1.179
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	-736	-765
X. Diferencia de conversión	-	-
XI. Efecto impositivo	168	179
C) Total transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada (VI+VII+VIII+IX+X+XI)	-568	-586
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS (A+B+C)	10.094	9.887
Total Ingresos y Gastos atribuidos a la sociedad dominante	9.594	9.254
Total Ingresos y Gastos atribuidos a socios externos	500	633

GRUPO MERCASA

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014 (EN MILES DE EUROS)

	Capital		Reservas y resultado ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio atribuido a la soc. dominante	
	Escriturado	Resto			
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	
Ajuste por errores ejerc. Anteriores	-	-	-	-	
Al 1 de enero de 2015	153.942	-	42.082	8.661	
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos	-	-	-	8.783	
II. Operaciones con socios o propietarios	-	-	-	-955	
1. Aumentos (reducciones) de capital	-	-	-	-	
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	-	-	-	-	
3. Distribución de dividendos	-	-	-	-955	
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos	-	-	-	-	
III. Otras variaciones del patrimonio neto	-	-	5.838	-7.706	
Al 31 de diciembre de 2015	153.942	-	47.920	8.783	

Cuentas anuales consolidadas

	Reservas Sociedades Consolidadas	Subvenciones donaciones y legados recibidos	Socios externos	Ajustes por Cambio de Valor	TOTAL
	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
		-	-	-	-
	107.421	12.548	12.270	129	337.053
	-	794	500	17	10.094
	-	-	-626	-	-1.581
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-626	-	-1.581
	-	-	-	-	-
	1.325	-	37	-	-506
	108.746	13.342	12.181	146	345.060

GRUPO MERCASA

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE
AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014

	2015	2014
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	8.540	18.416
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos	8.428	9.071
2. Ajustes del resultado	-5.925	-4.450
a) Amortización del inmovilizado (+)	4.555	4.783
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-)	940	1.333
c) Variación de provisiones (+/-)	-147	175
d) Imputación de subvenciones (-)	-118	-118
e) Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	1.707	-
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)	-	-
g) Ingresos financieros (+/-)	-319	-900
h) Gastos financieros (+)	26	30
i) Diferencias de cambio (+/-)	-272	-287
j) Variación de valor razonable de instrumentos financieros (+/-)	-	-
k) Otros ingresos y gastos (-/+)	95	-10
l) Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia – neto de dividendos (+/-)	-12.392	-9.456
3. Cambios en el capital corriente	632	3.521
a) Existencias (+/-)	18	-28
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)	9	2.259
c) Otros activos corrientes (+/-)	20	295
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)	543	909
e) Otros pasivos corrientes (+/-)	-14	28
f) Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)	56	58
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	5.405	10.274
a) Pagos de intereses (-)	-6	-15
b) Cobros de dividendos (+)	4.834	6.462
c) Cobros de intereses (+)	394	456

	2015	2014
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)	81	-972
e) Otros pagos (cobros) (-/+)	102	4.343
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1+/-2+/-3+/-4)	8.540	18.416
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-2.349	-9.446
6. Pagos de inversiones (-)	-31.194	-45.088
a) Empresas grupo (SEPI)	-28.337	-41.615
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	-	-
d) Inmovilizado intangible	-111	-131
e) Inmovilizado material	-2.512	-1.470
f) Inversiones inmobiliarias	-181	-1.469
g) Otros activos financieros	-53	-403
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-
7. Cobros por desinversiones (+)	28.845	35.642
a) Empresas grupo (SEPI)	28.451	33.818
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	353	1.762
d) Inmovilizado intangible	-	2
e) Inmovilizado material	-	-
f) Inversiones inmobiliarias	-	6
g) Otros activos financieros	-	-
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	41	54
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	-2.349	-9.446

GRUPO MERCASA

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE
AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014

	2015	2014
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-700	-4.564
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio	-	10
a) Emisión de instrumentos de patrimonio (+)	-	-
b) Amortización de instrumentos de patrimonio (-)	-	-
c) Adquisición de instrumentos de patrimonio propio (-)	-	-
d) Enajenación de instrumentos de patrimonio propio (+)	-	-
e) Subvenciones, donaciones y legados recibidos (+)	-	10
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-134	-185
a) Emisión:	28	598
1. Obligaciones y otros valores negociables (+)	-	-
2. Deudas con entidades de crédito (+)	-	-
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+)	-	591
4. Otras deudas (+)	28	7
b) Devolución y amortización de:	-162	-783
1. Obligaciones y otros valores negociables (-)	-	-
2. Deudas con entidades de crédito (-)	-6	-721
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-)	-156	-62
4. Otras deudas (-)	-	-
11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-566	-4.389
a) Dividendos (-)	-566	-4.389
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-)	-	-
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9+/-10-11)	-700	-4.564
D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio	17	-1
E) AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5+/-8+/-12+/-D)	5.508	4.405
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	10.110	5.705
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	15.618	10.110

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
BALTASAR BALBUENA RODRÍGUEZ

SECRETARÍA Y LETRADA ASESORA: Mª JESÚS PRIETO JIMÉNEZ

Composición del Consejo de Administración en mayo de 2016

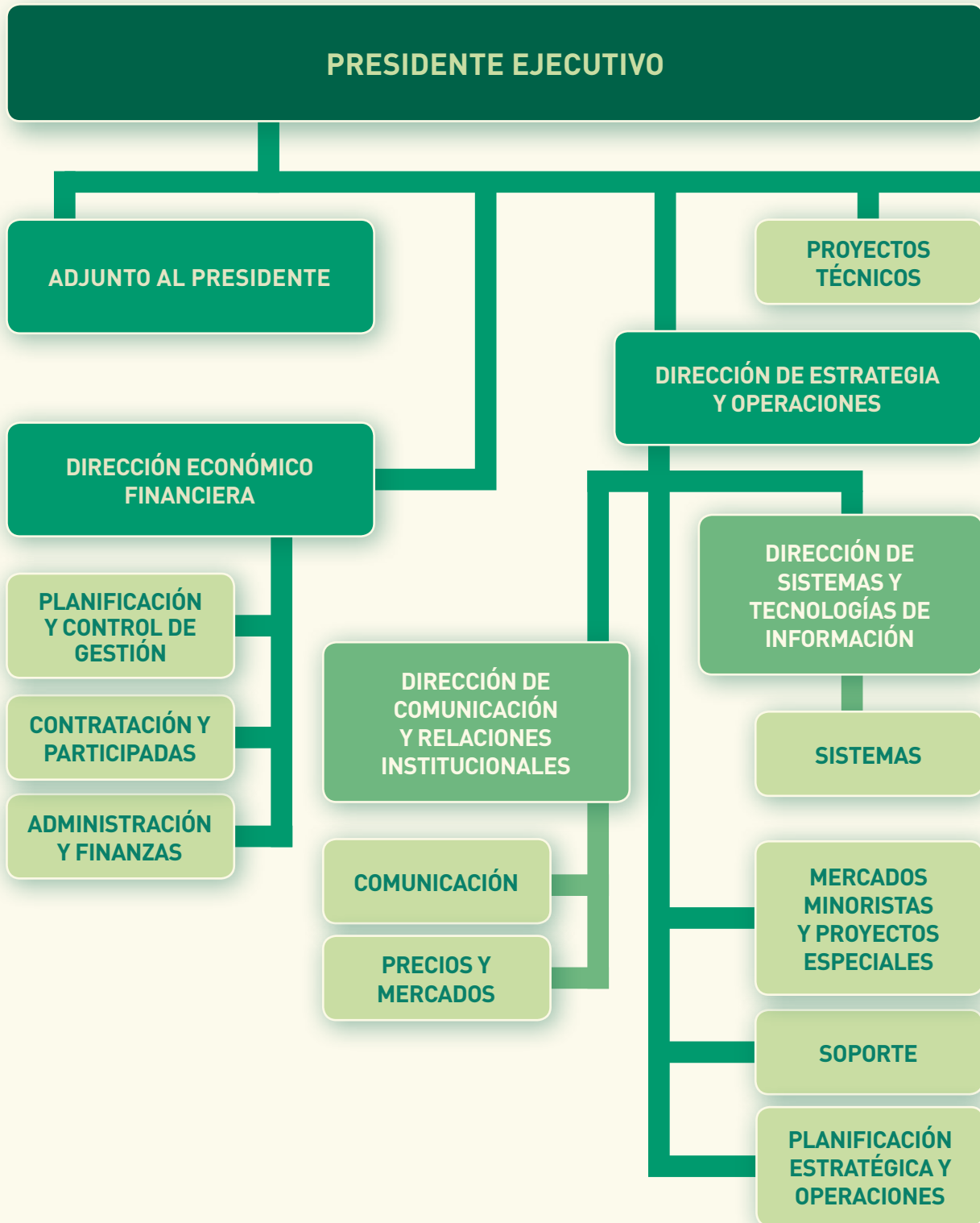
CAPITAL SOCIAL DE MERCASA

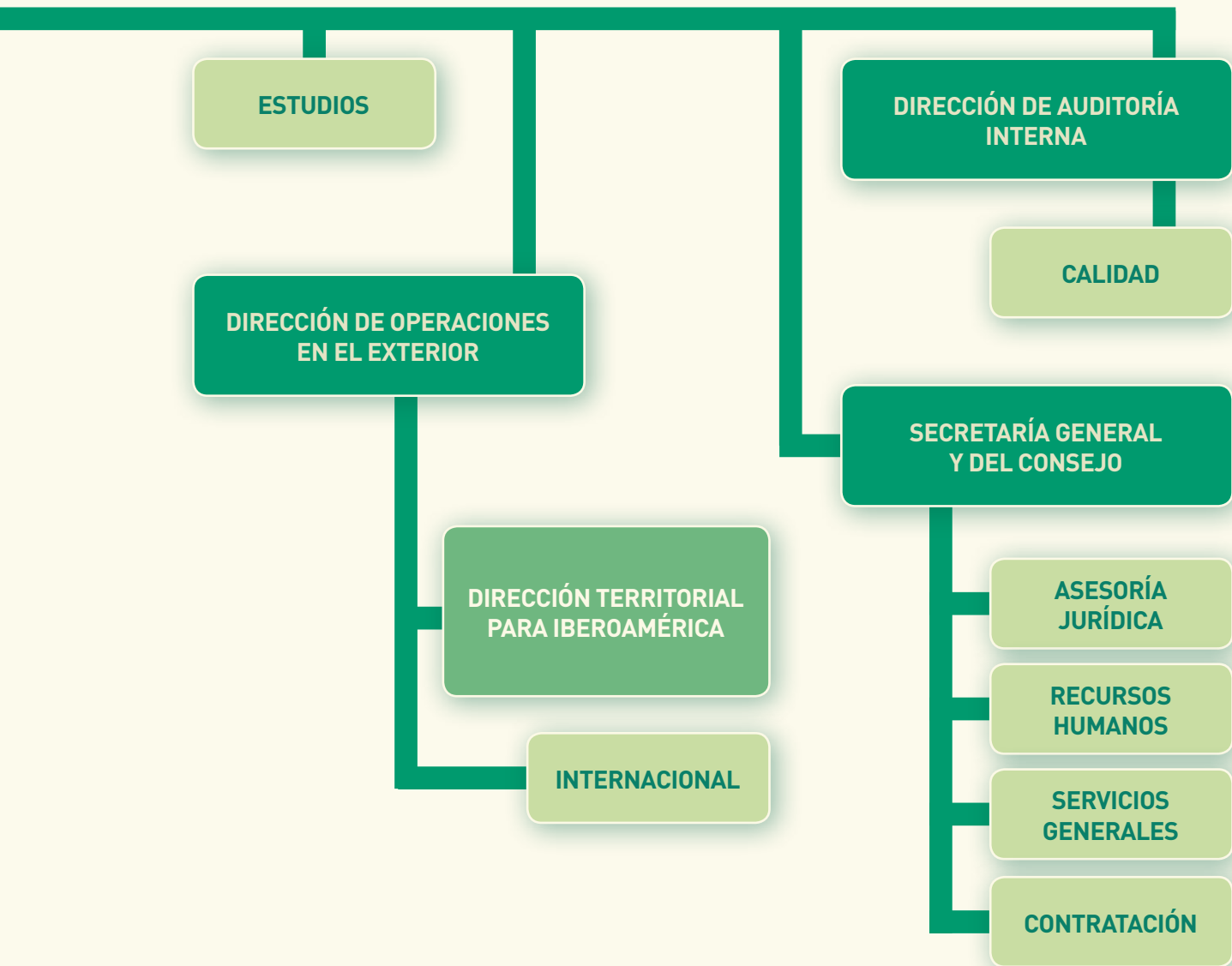
El capital suscrito está representado por 25.614.244 acciones de 6,01 euros nominales cada una, íntegramente desembolsadas y suscritas por los siguientes accionistas:

	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

A 31 de diciembre de 2015

ORGANIGRAMA DE MERCASA





GRUPO MERCASA

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

OTRAS SOCIEDADES	% CAPITAL SOCIAL MERCASA
Olympic Moll	100%
Consorcio Mercasa Incatema SRL	50%

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

Mercagranada

Ctra. de Badajoz a Granada, km. 436
18015 Granada
Tel.: 958 203 531. Fax: 958 276 208
info@mercagranada.es
www.mercagranada.es

Mercairuña

Polígono Soto de Aizoáin
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.: 971 745 140. 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
Polígono Subsistencias, 41020 Sevilla
Tel.: 955 998 190. Fax: 954 510 895
secdirec@mercasevilla.com
www.mercasevilla.com

Mercatenerife

Polígono Industrial Mayorazgo, sector 2
38110 Santa Cruz de Tenerife
Tel.: 922 222 740. Fax: 922 232 765
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: 928 800 842
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

