

Informe Anual 2016





Informe Anual 2016



Mercasa. Informe Anual 2016

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

Red de Mercas	7
Acciones estratégicas de Mercasa.....	9
Actuaciones en materia de sostenibilidad y responsabilidad social	18
Estructuras de la Red de Mercas	25
Comercialización mayorista en la Red de Mercas.....	30
Red de Centros Comerciales de Mercasa	47
Actividad internacional.....	55
Unión Mundial de Mercados Mayoristas	57
Asistencia técnica.....	59
Asistencia técnica nacional e internacional.....	61
Información y promoción.....	63
Información y promoción en la cadena alimentaria	65
Gestión sostenible y de calidad.....	71
Sistema de gestión de la calidad.....	74
Contratación responsable y eficaz.....	75
Recursos humanos	76
Cuentas anuales individuales.....	79
Cuentas anuales consolidadas	87
Información corporativa	97
Consejo de Administración de Mercasa	99
Red de Mercas.....	102
Red de Centros Comerciales de Mercasa	104



Líderes al servicio de la **cadena alimentaria**

Mercasa – Red de Mercas



23
Mercas



3.100
empresas
mayoristas
y de servicios



puestos
de
trabajo

30.000



transacciones
comerciales
cada día

100.000



7,4
millones

de toneladas de alimentos

12.700
millones
de euros



de facturación

Mercasa – Centros Comerciales

9



Centros
Comerciales



400

empresas
de distribución minorista



puestos
de
trabajo

1.200



Red de Mercas

The image features a background of light green with several overlapping geometric shapes in a darker teal color. These shapes include a large rounded rectangle, a horizontal bar, and two diagonal bars that intersect. In the upper right area, the text 'Red de Mercas' is written in a white, sans-serif font. The overall design is modern and minimalist.



Acciones estratégicas de **Mercasa** para reforzar el posicionamiento hacia un nuevo modelo de **Mercas**

Mercasa está impulsando un proceso de reflexión estratégica con los equipos directivos de las 23 Mercas, con la finalidad de identificar y concretar estrategias que permitan desarrollar nuevas oportunidades de negocio, con una oferta de servicios e instalaciones de calidad que aporten mayor valor añadido a la cadena alimentaria.

A tal fin, **Mercasa** constituyó en su seno una comisión de estrategia, con participación directores de Mercas, además de directivos y técnicos de la propia empresa, y, a los efectos de una mayor profundidad en los análisis del tema planteado, se contó con asistencia externa especializada para la elaboración de planes estratégicos de las Mercas.

A lo largo del ejercicio 2016 se desarrollaron los trabajos de dicha Asistencia Técnica que, en líneas generales consistían en:

- Realizar funciones de coaching y memorización con los equipos directivos de las Mercas.
- Conocer en profundidad la realidad actual de cada Merca.
- Desarrollar el diagnóstico estratégico de cada Merca en relación con las necesidades del sector en un futuro inmediato.
- Reflexionar sobre los ejes estratégicos prioritarios para cada Merca, con descripción de los objetivos y líneas estratégicas susceptibles de implantación, y despliegue de cada línea con su cronograma de actuación.
- Formular propuestas sobre el rol de Mercasa en el despliegue del nuevo modelo de Merca.

A esta temática, esencial para definir las líneas básicas de futuro, se destinó en su integridad el contenido de las reuniones Mercasa-Mercas celebradas en 2016 (en Asturias y Córdoba) en

desarrollo del programa semestral de reuniones de esta organización. En ellas se llevó a cabo un importante intercambio de reflexiones para compartir aquellos ejes estratégicos que pueden aportar mayor valor añadido a un nuevo modelo de Merca, y se estableció finales de diciembre como fecha para disponer de una primera versión del plan estratégico de cada una de las Mercas, objetivo que fue cumplimentado en la fecha indicada.

En definitiva, Mercasa se ha comprometido en el impulso al proceso de reflexión estratégica de las Mercas para promover el cambio a un mejor posicionamiento competitivo y una mayor aportación de valor añadido a la cadena de valor alimentaria. Durante el año 2016 se han abordado las fases de análisis y planificación estratégica para definir las líneas estratégicas que enmarcan los planes estratégicos de cada Merca. Los próximos pasos, a lo largo de 2017, serán acabar de concretar los servicios que aporten valor añadido a la cadena alimentaria, apuntándose

plazos para la redacción definitiva de los planes estratégicos, así como los pasos para su aprobación en cada Consejo de Administración y su despliegue.

Superación del límite temporal de las Mercas

Eliminar el límite temporal legal de actuación de las Mercas propio de su naturaleza inicial de empresas mixtas gestoras del servicio público de mercados mayoristas y, por tanto, bajo la modalidad de gestión indirecta, constituye, sin duda, uno de los objetivos estratégicos de mayor relevancia tanto para Mercasa como para la adecuada continuidad de las propias Unidades Alimentarias, evitando con ello la incertidumbre jurídica inherente a dicho plazo que, sin duda, vendría a alterar los planes de inversión y de negocio de los operadores incorporados a aquellas.

El Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público establece que en los casos en que la gestión de un servicio público se encomiende a una sociedad de derecho privado cuyo capital social sea en su totalidad de titularidad pública podrán ser gestionados bajo la forma de gestión directa, 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.

En junio de 2016 Mercatenerife adquirió las últimas acciones en poder de accionistas privados por lo que esta sociedad pasó a disponer de capital social de titularidad íntegramente pública.

En Mercamurcia en 2016 se desarrolló el procedimiento de eliminación de su límite temporal, y se adaptarán sus Estatutos Sociales a su nueva condición de Sociedad de duración indefinida.

Al finalizar 2016, 18 Mercas disponen de capital íntegramente de totalidad pública, y 10 cuentan ya con duración indefinida.

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 2016 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

Eliminar el límite temporal legal de actuación de las Mercas propio de su naturaleza inicial de empresas mixtas gestoras del servicio público de mercados mayoristas y, por tanto, bajo la modalidad de gestión indirecta, constituye, sin duda, uno de los objetivos estratégicos de mayor relevancia tanto para Mercasa como para la adecuada continuidad de las propias Unidades Alimentarias

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, vienen funcionando como un grupo de trabajo y han establecido una relación de Indicadores sobre magnitudes relativas a los distintos grupos de interés -personal, clientes, accionistas y sociedad- que son objeto de evaluación periódica e intercambio de información entre ellas, con una eficaz utilización del benchmarking para la mejora de la efectividad del sistema y evaluación de la satisfacción de los indicados grupos de interés, a través de la realización periódica de encuestas de satisfacción. Varias de ellas han superado ya la fase de evaluación externa y otras se encuentran en fase de autoevaluación, unas y otras con puntuaciones satisfactorias. A este Grupo de trabajo se incorporarán en breve Mercalaspalmas, Mercamálaga, Mercamadrid y Mercatenerife.

Mercalgeciras llevó a cabo una actualización de las aplicaciones informáticas de gestión.

En Mercalicante se superó la auditoría de seguimiento medioambiental ratificando la certificación ISO 14001.

Con el objetivo de integración en su entorno socioeconómico Mercalicante participó en:

- Foro de Gerentes de las empresas incorporadas a esta Unidad Alimentaria para compartir conocimiento y sinergias.
- Jornada empresarial “Lideres con Estrategia”.
- Reunión con la Agencia de Desarrollo Local para concretar puntos de colaboración en inserción laboral, cumplimiento de reglamentos....
- Reunión con empresa especializada para identificar puntos de colaboración en temas de internacionalización.
- Reunión con el Comité de Dirección de HOSBEC para analizar necesidades y expectativas del sector hostelero.

- Jornadas en la Unidad Alimentaria sobre “Planificación de la movilidad en las ciudades inteligentes”.
- Participación como ponentes en el Simposio sobre el sector agroalimentario de la Vega Baja, formando parte de la mesa “Claves en la distribución de productos agroalimentarios”.
- Presentación del estudio de satisfacción realizado entre mayoristas y minoristas, tanto compradores como no compradores de Mercalicante, para detectar posibles áreas de mejora.

Así mismo, en Mercalicante en materia de formación:

- Formación en EFQM para adaptar nuevas estrategias a la herramienta de gestión.
- Revisión del sistema de gestión de la LOPD, formando al personal sobre su aplicación y mejora de algunos procesos.
- Se imparte formación sobre “gestión del tiempo” al comité de dirección y mandos intermedios.
- A los efectos de fomentar la competitividad de las empresas de la Unidad Alimentaria se firma un convenio con una consultora estratégica para obtener ventajas y sinergias para aquellas empresas.
- Dentro del programa “Profesionalización del Comercio Minorista”, curso de WhatsApp como herramienta de marketing.
- Dos cursos formativos para los operadores de Servicios Generales.

Mercasturias elaboró y puso en funcionamiento un nuevo Código de Conducta Empresarial que incorpora el espíritu de la nueva normativa en materia de transparencia y buen gobierno.

Mercabarna participó en diversas jornadas y eventos para profesionales del sector agroalimentario, entre ellos: Congreso anual de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUMW) y Fórum Casablanca Barcelona del IEMed.

Se convocó la segunda edición de los premios “Mercabarna Innova” con la finalidad de promover la creatividad y la mejora de la competitivi-

dad. Participaron ocho empresas de la Unidad Alimentaria que presentaron innovaciones vinculadas al desarrollo de nuevos productos, mejoras de packaging y aplicaciones tecnológicas.

Por segundo año ha operado el Observatorio de Tendencias de Mercabarna, un servicio que estudia los temas emergentes y de futuro que pueden incidir en el Modelo de Negocio de las empresas del recinto. Alrededor de 200 profesionales participaron en las 2 jornadas organizadas.

A lo largo del año se planificaron tres misiones comerciales inversas que trajeran 16 compradores potenciales a Mercabarna procedentes de Irlanda, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido, Escocia, Rumanía y Malta.

Mercabilbao ha continuado realizando acciones comerciales con el MIN de Brieinne (Mercado Mayorista de Burdeos) y ha asistido a ferias nacionales e internaciones junto con el Puerto de Bilbao.

En Mercabilbao el “Proyecto MerkaEscola” constituye un foro estable de capacitación de mano de obra para el sector agroalimentario.

En Mercacórdoba 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. Asimismo se ha sustituido el programa de partes de trabajo por una versión actualizada y simplificada, de desarrollo propio, orientada al control del cómputo horario.

Mercalaspalmas procedió a la renovación de la acreditación de su Sistema Integrado de Calidad, que abarca el Sistema de Gestión de Calidad (ISO 9001), el Sistema de Gestión Medioambiental (ISO 14001) y el Sistema de Gestión de la Salud y Seguridad en el Trabajo (OSHAS 18001) habiendo superado la preceptiva auditoría realizada por BUREAU VERITAS.

En el Aula de Formación de Mercalaspalmas, y en colaboración con la Asociación de Empresarios de la Unidad Alimentaria, ASEMERCA, se impartió un total de 39 cursos de formación orientados a la mejora de la gestión empresarial y mejor cualificación del personal de los operadores del mercado. Se impartieron 1.175 horas lectivas y participaron 325 alumnos.

Mercamadrid puso en funcionamiento su Centro de Formación con la finalidad de mantener la empleabilidad de la población ocupada y la mejora de su cualificación profesional. Este Centro tiene previsto, asimismo, ofrecer Planes de Formación Continua a las empresas.

Mercamadrid está organizando encuentros empresariales en los que se abordan temas de interés para los empresarios de la Unidad Alimentaria, con participación de ponentes relevantes y especialistas en cada uno de los temas. El primero celebrado trató el tema de “Los retos de la Empresa Familiar”.

En materia de innovación Mercamadrid está impulsando, junto a los empresarios del recinto, la celebración de Jornadas Técnicas en las que presenta las últimas innovaciones tanto de productos como en servicios y procesos. En la primera de dichas jornadas se presentó “Sandía Fashion: aportando valor a través del etiquetado”.

En 2016 Mercamálaga superó las diferentes auditorías de los sellos de calidad ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.

En la línea de excelencia en el modelo de gestión en Mercamálaga, se planificó y ejecutó una serie de acciones de mejora orientadas al proceso de evaluación externa del modelo EFQM que permitió obtener una puntuación de 300+. Mercamálaga participó en el 5º Foro europeo de carácter tecnológico “Transfiere 2016”.

En Mercamálaga, en desarrollo de su plan de formación, se llevaron a cabo diversas acciones formativas:

- Relativas al modelo de excelencia: “El proceso de evaluación del modelo EFQM”. “Comportamiento ético, código de conducta y buenas prácticas”.
- MBA de dirección y administración.
- Curso Office 2016 Excel práctico.
- Aplicaciones Informáticas de administración de RR.HH.

Mercamurcia renovó la Certificación del Sistema de Gestión (ISO 9001) y Medioambiente (ISO 14001). Asimismo, continuó con las gestiones para obtener la Autorización Ambiental Integrada de la Dirección General de Medio Ambiente de la Comunidad Autónoma de Murcia.

El Matadero de Mercamurcia ha obtenido la Certificación SAE (Sistemas de Autocontrol Específicos) para la exportación de alimentos de origen animal a terceros países. Asimismo ha mantenido las homologaciones y certificaciones de diversas marcas en el Sacrificio de las distintas especies y mantenido el certificado del Instituto HALAL de Córdoba para la exportación de canales de ovino y vacuno a Argelia.

En Mercamurcia finalizó la implantación de un nuevo sistema SAP Bussines One integrando y centralizando toda la gestión de control de todas las secciones de la empresa, y continuado en la puesta en marcha de herramientas de reporting y cuadro de mando. Asimismo, se han llevado a cabo contactos con las principales empresas de telecomunicaciones para implantar en breve la fibra óptica para el uso de Mercamurcia y de todas las empresas ubicadas en la Unidad Alimentaria.

Mercamurcia ha obtenido el alta como entidad de formación en el Registro del Servicio Regional de Empleo y Formación de la Comunidad Autónoma de Murcia.

En 2016 Mercamurcia organizó una jornada explicativa de las ayudas e instrumentos de financiación disponibles en proyectos de eficiencia

energética y energías renovables, dirigida a las empresas usuarias de la Unidad Alimentaria. Asimismo, se impartieron diversos cursos de formación:

- Formación para personal propio de Mercamurcia: Reanimación Cardiopulmonar Básica. Gestión de Crédito y Tratamiento de Impagos. Manipulador de Alimentos. Prevención de Riesgos Laborales. Marketing para PYMES.
- Formación para personal externo de Mercamurcia: Jornada de Flores y Plantas de Navidad. Manipulador de Alimentos. Plan Estratégico de Innovación del Instituto de Fomento de la Comunidad Autónoma. Jornada sobre Nutrición impartida por el servicio de Salud del Ayuntamiento de Murcia.

En Mercapalma, dentro del objetivo de oficina sin papeles, se ha habilitado en la web un sistema para que los operadores puedan dar de alta, comunicar bajas o modificación de datos de vehículos de sus trabajadores en el programa de accesos.

Durante 2016 se llevaron a cabo en Mercapalma las siguientes acciones formativas: Curso de habilidades directivas y coaching. Taller de Igualdad. Curso sobre la Ley de Protección de Datos. Curso de conocimientos financieros.

Mercatenerife ha renovado las certificaciones de calidad (ISO 9001) y medioambiente (ISO 14001).

En Mercatenerife, y en desarrollo del convenio suscrito con una empresa especializada, se han impartido las siguientes acciones formativas: Certificado de Aptitud Profesional (CAP). Carretilero. Manipulador de alimentos. Talleres de Orientación Laboral englobado en el Proyecto OPEA.

El Matadero de Mercavalencia superó nuevamente la auditoría realizada por AENOR para la certificación de calidad (ISO 9001).

Mercavalencia suscribió un convenio con la Universidad de Valencia para colaborar en el nuevo

grado de Ciencias Gastronómicas, aportando su experiencia en el sector de la Alimentación.

Mercavalencia ha continuado realizando con las Asociaciones de vendedores del Mercado de Flores y Plantas diferentes actividades y cursos de formación. Igualmente, en colaboración con el Gremio de Carniceros se han impartido cursos sobre la implantación de la Guía de Prácticas Correctas de Higiene en Establecimientos y Comercios Minoristas de Carne. Asimismo, se han desarrollado jornadas con la Plataforma Tecnológica Española de la Pesca y la Agricultura para tratar los sistemas de trazabilidad en el sector.

Optimización de costes y mejora de la eficiencia

En la línea de mejora continua de la gestión empresarial las Unidades Alimentarias de la Red Mercasa han seguido prestando su atención a la realización de acciones que contribuyan a optimizar sus costes y aumentar su eficiencia como elementos clave para mejorar su posicionamiento competitivo, a los efectos de facilitar la incorporación a estos recintos de nuevos productos, nuevas actividades y nuevos servicios de valor añadido.

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.

Mercalgeciras procedió a la firma de un nuevo contrato de limpieza con importantes ventajas respecto del precedente.

Mercasturias ha mejorado su sistema operativo facilitando la gestión de las aplicaciones y se ha cambiado el hardware que permite mayor velocidad de red. Asimismo, se ha terminado de implantar el SAGE MURIANO facilitando la información a los distintos usuarios.

En Mercabadajoz se procedió a la colocación de nuevas cámaras de vigilancia en todo el perímetro de la Unidad Alimentaria.

Mercabarna y la Asociación de Concesionarios, a través de la Comisión de Energías, llevaron a cabo una subasta eléctrica para contratar de forma conjunta luz y gas, al objeto de que las empresas suministradoras ofrezcan tarifas más competitivas.

En Mercacórdoba la instalación de sistemas de iluminación más eficientes en los Mercados ha permitido obtener ahorros en la facturación de electricidad. También se han obtenido ahorros de costes en servicios tales como jardinería y suministros de limpieza y otros. Asimismo, se ha externalizado el servicio de "Mercacórdoba en Ruta" rediseñándose el sistema con el objetivo de mejorar su viabilidad.

En Mercabadajoz se ha cableado toda la Merca para las cámaras de videovigilancia, e incrementado notablemente el número de éstas.

En Mercalaspalmas la producción de su planta solar fotovoltaica fue de 3,5 millones de Kw/h, lo que supone una cobertura del 55 % del consumo eléctrico de la Merca y del conjunto de operadores de esta Unidad Alimentaria.

En Mercamálaga se ha ampliado el sistema de videovigilancia para dar cobertura a la zona norte de la Unidad Alimentaria. Asimismo, se ha procedido a la elaboración del plan anual de coordinación y comunicación (interna y externa).

En Mercamurcia, la finalización de diversos contratos de servicios, como los de controladores, electricidad y gas natural ha permitido que en la nueva contratación se hayan obtenido mejoras en coste y en calidad del servicio.

Mercamurcia ha puesto en marcha una nueva página web con la nueva imagen corporativa, enfocada a una mayor usabilidad, facilitando al

usuario la obtención de información y optimizando, por tanto, el rendimiento de la misma.

En Mercapalma se han reducido notablemente las fugas en la red de distribución de agua potable mediante una sistemática de control del estado de los contadores y lectura diaria de consumos.

Remodelación y ampliación de instalaciones y servicios

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

En 2016 Mercalgeciras llevó a cabo una serie de acciones en mejora de sus instalaciones y servicios:

- Modificación en la señalización del mercado.
- Reparación en la cubierta de la Nave principal.
- Reparaciones en fugas de agua.
- Reconversión de un espacio de la Nave de Pescados en 2 locales para la incorporación de una empresa de distribución de productos pesqueros y otra de logística

Mercalicante procedió a la renovación de contratos de electricidad y mantenimiento de las cubiertas, y a la realización de algunas mejoras en acondicionamiento del pavimento de pasillos, en

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.

asfaltado de la calle principal y obras de adecuación del nuevo taller de la nave ZAC.

En Mercasturias se ha procedido a la contratación del suministro de energía eléctrica con una nueva compañía y se ha cambiado la maquinaria de jardinería. Asimismo se han llevado a cabo diversas acciones de mejora/remodelación:

- Climatización de la Sala de juntas del Centro Directivo con bombas de calor.
- Renovación del aspecto exterior de las naves tanto en Mercado como en la ZAC, incorporando los colores y grafías del manual de imagen de la Sociedad.
- Mejora en las cubiertas y canalones de naves.
- Reorganización de una de las zonas del parking, aumentando un 20% las plazas disponibles
- Recorte de coníferas que delimitan parte del recinto de la Unidad Alimentaria
- Acciones de desarrollo habitual del Programa de Mantenimiento Preventivo

En Mercabadajoz se remodelaron con paneles sándwich dos módulos del Mercado para nuevos usos y se procedió a la colocación de los ángulos de los muelles de carga y descarga y al pintado de oficinas y zonas comunes de la nave principal.

En Mercabarna entró en funcionamiento el tramo sur de la línea 9 de metro, que mejora la conexión de la Merca en Transporte Público con el Área Metropolitana, con una media mensual de 48.969 usuarios.

Asimismo, se realizaron en Mercabarna las siguientes mejoras en infraestructuras:

- En el Mercado de Frutas: Acondicionamiento de la zona de productores locales. Iniciación del cambio de cubiertas y refuerzo estructural en 2 Pabellones. Reforma de los servicios en 4 Pabellones
- En el Mercado de Pescados: Renovación de la red de aguas. Comienzo de los trabajos para el cambio de la cubierta y la remodelación de los servicios.
- Urbanización de la zona comercial y del área contigua a la fachada trasera del Centro Directivo, que comportó el cambio de pavimento, la instalación de nuevo alumbrado y canalización de aguas

En 2016 entró en funcionamiento el Food Trade Center de Mercabarna, un nuevo espacio de oficinas concebido para que empresas y profesionales dispongan de un lugar de trabajo durante su estancia en la Unidad Alimentaria.

Mercabilbao acometió la elaboración de un Plan Director de Infraestructuras, que será ejecutado por fases, en función de la urgencia de las distintas intervenciones y de las disponibilidades de la sociedad. Asimismo se procedió a la redefinición de servicios como la limpieza y la gestión de residuos.

En Mercacórdoba se llevaron a cabo actuaciones de remodelación y modernización de Mercados Municipales en el marco de la Encomienda de Ges-

ción otorgada a la sociedad por el Ayuntamiento de Córdoba.

En 2016 Mercacórdoba acometió las siguientes actuaciones:

- Iniciado el proceso para la ampliación de la superficie de la Unidad Alimentaria en 100.000 m².
- Iniciado el procedimiento urbanístico para destinar superficie disponible para atender necesidades actuales de clientes estratégicos.
- Adecuación de tres módulos del Pabellón Polivalente para la manipulación y transformación de productos de la pesca.
- Reparado zonas de pavimentos en el área de fachada del Pabellón Polivalente.
- Repintado del pórtico y de la señalización horizontal de la Unidad Alimentaria.
- Sustitución de uno de los compresores de la fábrica de hielo del Mercado de Pescados.

En Mercajerez se han remodelado los módulos vacíos en el Mercado de Frutas y Hortalizas.

Mercalaspalmas realizó diversas mejoras en instalaciones y servicios:

- Ampliación del vial de carretillas y elevadores para mejora de la rapidez y seguridad en la movilidad del tráfico interior.
- Ampliación de imbornales en la red de pluviales.
- Ampliación de bancadas exteriores para grupos frigoríficos en Naves de Frutas y Hortalizas.

Mercaleón acometió la instalación de una cámara de conservación de congelados, así como la remodelación de muelles panelados en la zona cárnica.

Mercamadrid llevó a cabo una serie de acciones de mejora de sus infraestructuras:

- Fabricación y suministro de cestillos para su colocación en los pozos de registro de la red de saneamiento interior del Mercado de Pescados.
- Contratación de la instalación de un zócalo perimetral en los muelles del Mercado de Pescados.

- Renovación de pavimentos interiores de pasillos del Mercado de Frutas y Hortalizas.
- Renovación de drenaje y pavimentación de los bajo muelles del Mercado de Frutas y Hortalizas.
- Renovación del asfaltado del viario de la Unidad Alimentaria y aparcamientos de la Nave de Polivalencia

Dentro de su Plan de Mejora de las Infraestructuras, Mercamálaga llevó a cabo distintas actuaciones:

- Impermeabilización y mejora de las condiciones de seguridad en el acceso a la cubierta del Mercado de Pescados y edición de Instrucción Técnica.

Instalación de un nuevo parking en la nueva nave de Servicios Generales.

- Instalación de medidas de seguridad para las nuevas cubiertas de las Naves de Frutas y Hortalizas.
- Modernización del sistema eléctrico de diversos puntos de la Unidad Alimentaria.
- Obras de mejora en los aseos de la oficina de administración.

En Mercamurcia se llevaron a cabo obras para adaptación de espacios a las necesidades de nuevos operadores y actividades en el Pabellón Multitiusos, en el Centro de Negocio, en el Complejo Cárnico y en muelles de carga y descarga.

Mercamurcia ha creado un parking para flota de camiones como servicio complementario a clientes potenciales ligados a la logística de transporte por carretera. Asimismo procedió a la instalación de una Báscula Pública Certificada para uso de aquellas empresas que precisen dis-

poner de documentación certificada del peso de su mercancía.

Mercamurcia ha incorporado modernos equipos y maquinaria en el Matadero, contenedores para retirada de residuos, grupos generadores de electricidad autónomos, nuevo sistema de riego por aspersión. Asimismo, ha adquirido nuevo mobiliario y equipos informáticos.

Mercapalma ha procedido a la mejora del drenaje del viario y a la modificación del vallado en algunos sectores del perímetro de la Unidad Alimentaria.

Mercasalamanca ha llevado a cabo estudios de viabilidad para incrementar espacios dedicados a cámaras de congelación.

Mercatenerife ha elaborado el proyecto de ejecución para llevar a cabo importantes obras de reparación de cubierta ligera en dos Naves.

En 2016 Mercavalencia realizó diversas actuaciones para remodelación y ampliación de instalaciones:

- Reforma de solera, muelles perimetrales y sustitución de la cubierta en el Mercado de Flores y Plantas
- Reforma integral del Mercado de Productoras ("Tira de Contar") con revestimientos interiores con paneles aislantes y protecciones perimetrales interiores y sustitución de la carpintería de las puertas de acceso.
- Continuación de las inversiones previstas en la unidad de tripería y área de gestión de subproductos, siguiendo el plan de mejora de las condiciones operativas y sanitarias para la obtención de las acreditaciones y normas de seguridad internacionales.

Actuaciones en materia de **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, y otras ONG's, en favor de la población más necesitada, especialmente en situaciones de crisis económica como la actual. Se les están cediendo gratuitamente espacios para el almacenamiento de productos y se les presta apoyo logístico y aportación de productos por parte de las empresas mayoristas ubicadas en las distintas Unidades Alimentarias.

En materia de gestión de residuos en Mercasturias se siguen mejorando los niveles de reciclaje, alcanzando el 75%, a pesar del fuerte componente manual de la separación. Asimismo, se ha acometido la modificación parcial del paso de las rejillas en los vierteaguas bajo muelles para reducir el vertido de sólidos orgánicos a las arquetas de decantación o a la red de saneamiento.

En Mercabadajoz se sigue la línea de reciclado de maderas y plástico, con un convenio con empresa especializada para el tratamiento de los mismos.

Mercabilbao ha intensificado la separación de residuos, para aprovechar los productos no aptos para consumo para alimentación animal o compost.

En Mercajerez se está separando cartón, plástico y resto de basuras, que son recogidos por operadores especializados.

Mercaleón ha adquirido un nuevo contenedor compactador y aumentado el número de contenedores para recogida selectiva de papel y cartón.

Mercamálagas sigue trabajando en el desarrollo y mejora del Plan Integral de la Gestión de Residuos con las siguientes actuaciones:

- Consolidación de la recogida selectiva de residuos, segregando el cartón, la madera y los residuos orgánicos, con la colaboración y coordinación con la empresa LIMASA y en el entorno del Punto Verde.
- Retirada de subproductos de pescados SANDACH categoría 3, actuación que sirve de so-

porte legal al requisito del Registro Sanitaria del Mercado de Pescados, al tiempo que posibilita la revalorización de este subproducto en harina de pescado para la alimentación animal.

- Retirada de residuos peligrosos, actividad que se gestiona en colaboración con empresa autorizada, acreditada por la Junta de Andalucía.

En la Estación Depuradora del complejo cárnico de Mercamurcia se ha realizado un Estudio Diagnostico por consultores especializados para implantar mejoras en el sistema de depuración de aguas y el tratamiento de fangos, habiéndose adquirido ya equipos para mejorar la calidad del afluente resultado de la depuración. En esta Estación Depuradora son procesados también los vertidos de las empresas cárnicas anexas.

En Mercasalamanca son objeto de reciclado: el Cartón, EPS y Plásticos de Retractable. La retirada de estos productos para su reciclado se incrementó en 2016 en un 15%.

En 2016 en Mercatenerife el total de residuos segregados (materia orgánica, cartón, pallets de madera y plástico), fue de 1.642 toneladas, lo que representa algo más del 71% del total de residuos generados en la Unidad Alimentaria.

Mercatenerife procedió a la ejecución de las obras del Proyecto del Adecuación y mejora de las Instalaciones de Saneamiento de la Unidad Alimentaria.

En Mercavalencia se ha creado un área de gestión medioambiental con responsabilidad sobre la gestión de la limpieza, tratamiento y control de plagas, jardinería, gestión y supervisión depuradora, así como la gestión de residuos cárnicos.

En Mercalgeciras se procedió a la sustitución de un gran número de farolas convencionales por tecnología LED.

Mercalicante ha iniciado la sustitución de los proyectores existentes en el exterior de la Nave

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.

Frigoríficas por lámparas LED, con la consiguiente mejora en su eficiencia energética. Asimismo, Gas Natural presentó a la sociedad y a los usuarios un proyecto de gas natural vehicular.

Mercasturias ha disminuido la energía consumida mediante la incorporación de elementos de mayor eficiencia energética. En alumbrado, los elementos LED sustituyeron a las lámparas de los viales, los antiguos neones de los rótulos exteriores y el originario alumbrado interior de las naves. En calefacción se han eliminado los circuitos de calefacción eléctrica en el Centro Directivo y sustituidos por bombas de calor. Todo ello ha permitido reducir a casi la mitad la potencia instalada.

En Mercabarna se cambiaron las instalaciones eléctricas de baja tensión del Pabellón Polivalente, y se reformó la fachada del edificio del Centro Directivo para mejorar la eficiencia energética.

En materia de eficiencia energética destacan en Mercacórdoba los siguientes aspectos:

- Se han mantenido a pleno funcionamiento las dos plantas solares foto- voltaicas, que

en 2016 han producido 332.602 Kw/h, lo que equivale a una reducción de emisiones de CO₂ de alrededor de 80 toneladas.

- Continua a pleno servicio el colector de placas solares térmicas que surte toda el agua caliente necesaria y ofrece apoyo a la planta climatizadora.
- Se ha renovado parcialmente la iluminación de aparcamientos y otras zonas comunes de los Mercados, instalando sistemas LED.
- Dentro del Plan de Mantenimiento en Mercados Municipales se ha sustituido el 90% del alumbrado fluorescente por otro más eficiente de tecnología LED, con una disminución del consumo eléctrico en iluminación del 60%.

En Mercalaspalmas en 2016 la producción de la planta solar fotovoltaica fue de 3,5 millones de Kw/h, lo que supone una cobertura del 55% del consumo eléctrico de la sociedad y del conjunto de operadores de la Unidad Alimentaria. Asimismo se llevó a cabo la instalación de luminarias LED en las zonas comunes de las Naves A, B y Polivalencia, lo que supone una reducción de consumo eléctrico de las zonas de actuación del orden del 80%.

En Mercamálaga se procedió a la incorporación de equipos de iluminación LED y reguladores de control luminosos.

Han funcionado a pleno rendimiento las instalaciones productoras de energía solar fotovoltaica de Mercamurcia, produciendo 1,65 Mw de energía, que supera en un 50% la consumida. Asimismo, ha incorporado un servicio de bicicletas cedidas mediante un Convenio firmado con la oficina de la Bicicleta del Ayuntamiento de Murcia.

En Mercapalma se han reducido los costes de consumo eléctrico en un 16% por el ajuste de tarifas y la mejora de las instalaciones en cuanto a la sustitución por elementos de mayor eficiencia energética.

Mercatenerife procedió a la sustitución de las luminarias existentes por luminarias LED más eficientes.

En Mercavalencia se ha sustituido la iluminación existente por luminarias LED en el Mercado de Flores y Plantas y en el Mercado de Productores ("Tira de Contar").

En Mercalgeciras se han llevado a cabo diversas actividades comerciales con el objetivo de afianzar la marca Mercalgeciras en el Campo de Gibraltar: entrega de trípticos y carnets de acceso a la Merca a establecimientos minoristas y hostelería.

En materia de medioambiente y RSC Mercalicante ha desarrollado una amplia serie de actuaciones:

- Participación en iniciativas tales como:
 - La hora del Planeta promovida por WWF "Apaga la luz, enciende el Planeta".
 - Movimiento "Un millón por el clima".
 - El día del Consumidor.
 - Día sin humo junto a AECC "Cambia un cigarrillo por una pieza de fruta".
 - Las empresas mayoristas colaboran con Nazaret en su programa de inserción laboral para jóvenes.
- Renovación del Convenio con la Concejalía de la Juventud para llevar hábitos saludables a los Institutos de la Ciudad.
- Han continuado aumentando las acreditaciones de establecimientos mayoristas y minoristas con la marca de Mercalicante "Salud Mediterránea".
- Se han recibido numerosas visitas, tanto de profesionales del sector (Unión de Consumidores de Alicante, ASAJA, Unió de Lladors) como colegios (en 2016: 60 visitas de centros escolares, en las que han participado 3.285 niños/niñas).
- Se ha repartido fruta fresca en 122 actividades de carácter deportivo, educativo y solidario, con participación de 42.000 personas.
- Celebración de "V Cross Mercalicante Salud

Mediterránea”, con participación de alrededor de 420 niños y niñas.

Mercabarna participó en diferentes eventos del sector agroalimentario: Salón Bioanual de Alimentaria (Barcelona) Fruit Logística (Berlín) y Fruit Attraction (Madrid).

Mercabarna desarrolló en 2016 una amplia serie de acciones:

- Plan estratégico de Aprovechamiento Alimentario (en la línea de tratar de reducir los excedentes alimentarios y sensibilizar en el consumo responsable) cuyo primer paso fue la firma del “Manifiesto para la reducción del desperdicio alimentario” por Mercabarna y las Asociaciones de empresas concesionarias de Frutas / Hortalizas y Pescados.
- Han continuado ofreciéndose las Becas Mercabarna, ayudas económicas para que las empresas del recinto puedan contratar personal cualificado de dos colectivos con problemas para su inserción en el mundo laboral: jóvenes recién graduados y parados de larga duración.
- Organización de la 2ª carrera Mercabarna con participación de unas 4.000 personas entre corredoras y acompañantes.
- Convocatoria de los galardones de fotografía “Mercabarna enfoca” con participación de 89 fotógrafos que presentaron más de 1.000 instantáneas.
- Programa especial TV3 “El foraster”, rodado en Mercabarna, en que se mostraba la realidad de esta Unidad Alimentaria.
- Subvención de un casal de verano dirigido a niños y niñas de familias con recursos eco-

nómicos escasos, en cuyos talleres participaron 162 escolares.

- Mercabarna y los gremios de mayoristas del recinto organizaron, un año más, campañas infantiles difundiendo hábitos de alimentación saludable. 12.369 escolares de 232 escuelas participaron en las actividades de “5 al día”, “Crece con el pescado” y “Flores y Plantas cada día”.

Con el fin de seguir potenciando la imagen de marca entre la ciudadanía, Mercabilbao participó en numerosos eventos gastronómicos y deportivos y desarrolló talleres sensoriales para escolares. En 2016 se inició un nuevo programa de visitas para otros colectivos económicos y sociales de diversa índole.

Durante 2016 Mercacórdoba siguió desarrollando la actividad “Del campo y el mar al Comercio Vecinal”, en la que han participado 96 centros educativos y 4.049 escolares.

Mercaleón colaboró en la 6ª edición de la carrera por relevos “A Santiago Contra el Cáncer 2016”, a beneficio de la Asociación Española Contra el Cáncer de León (AECC).

Mercamálaga, en la línea de potenciar sus vínculos con el turismo y la hostelería, participó en el Salón del Equipamiento, Alimentación y Servicios de Hostelería y Turismo.

Con la colaboración de los mayoristas de frutas/ hortalizas y Pescados, Mercamálaga ha seguido desarrollando su programa de visitas escolares, fomentando los buenos hábitos nutricionales

Con la colaboración de los mayoristas de frutas/hortalizas y pescados, Mercamálaga ha seguido desarrollando su programa de visitas escolares, fomentando los buenos hábitos nutricionales con la campaña “Come bien, crece fuerte”.

Con el objetivo de fomentar el consumo saludable, en el que las frutas deben tener un gran protagonismo, Mercamurcia aportó importantes cantidades de estos productos para consumo de los participantes en un gran número de eventos deportivos y visitas escolares, y colaboró en varias iniciativas en la promoción de una dieta saludable.

con la campaña "Come bien, crece fuerte". Asimismo recibió diversas visitas de instituciones y profesionales del sector agroalimentario.

Mercamálaga ha continuado con el objetivo de difundir la labor desarrollada por la Unidad Alimentaria través de distintos soportes y medios de comunicación, registrándose 587 impactos entre medios escritos, medios online, televisión y radio. Asimismo, se recibieron 96.971 visitas a su página web.

Con el objetivo de fomentar el consumo saludable, en el que las frutas deben tener un gran protagonismo, Mercamurcia aportó importantes cantidades de estos productos para consumo de los participantes en un gran número de eventos deportivos y visitas escolares, y colaboró en varias iniciativas en la promoción de una dieta saludable.

Mercasalamanca recibió 34 visitas de centros educativos en las que participaron 845 escolares. Asimismo repartió frutas entre los participantes en distintos eventos deportivos.

Mercatenerife participó en el programa especializado "Mar y Tierra" de El Día TV, así como en entrevistas en el programa de radio "Mas Turismo" de EsRadio. Asimismo procedió a la publicación de anuncios e informes divulgativos del sector primario en suplementos de prensa local, así como publicado en su página web actualizada diversos videos con recetas.

Mercatenerife recibió visitas escolares con más de 600 alumnos y profesores y aportado fruta para diversos eventos solidarios y deportivos entre estos la Maratón de Tenerife.

Mercalgeciras acondiciono una parcela sin ocupar como prevención contra incendios.

Mercalicante amplió la red contraincendios en el área de la Nave 2 y procedió a la revisión y actualización del sistema de prevención de Riesgos Laborales.

En beneficio de las condiciones de trabajo Mercasturias adquirió nueva maquinaria de jardinería con mayor ergonomía y menores ruidos y vibraciones y renovó parte de los vehículos industriales con atención a la eficiencia y respeto medioambientales.

Mercabarna prosiguió con la adecuación de la protección antiincendios en las Naves del Mercado de Frutas y Hortalizas.

Mercajerez revisó los procedimientos atendiendo las normas de la Ley de Protección de Datos.

Mercamálaga ha revisado y actualizado su Plan de Autoprotección y Emergencias, y ha llevado a cabo simulacro en situación de emergencia establecido a este respecto la coordinación con las empresas instaladas en la Unidad Alimentaria. Asimismo impartió 45 acciones formativas a su personal con contenidos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo y plan de Autoprotección y Emergencias.

Mercamurcia ha seguido aplicando sus sistema de Autocontrol APPCC, tanto en el matadero como en los Mercados de Frutas / Hortalizas y Pescados, y se ha dotado a la Unidad Alimentaria de un desfibrilador semiautomático.

En Mercapalma, en ejecución de su Plan de Responsabilidad Social Corporativa, se ha aprobado el Plan de Comunicación y Licitación de Servicios y desarrollado el Proyecto del Centro de Innovación Agroalimentaria. Asimismo se sigue trabajando en la elaboración del Manual y Plan Prevención de Riesgos Penales y de Sanciones Administrativas.

Mercalicante organizó la colocación de cestas para recogida de alimentos en las fruterías de barrio adscritas a la marca “Salud Mediterránea”, para potenciar la promoción y colaboración con el Banco de Alimentos para el que se recogen también alimentos en las carreras solidarias en las que participan la Merca. Es de destacar, asimismo, que los empleados de Mercalicante entregan el importe de la comida de Navidad al Proyecto Solidario “Empresas solidarias de la provincia de Alicante”.

Mercasturias afianza su posicionamiento en el ámbito de la responsabilidad social al recibir el reconocimiento en forma de placa da la Fundación del Banco de Alimentos.

Mercasturias tiene cedido al Banco de Alimentos de forma gratuita un espacio de 108 m² equivalente en explotación comercial a algo más de 7.000 euros/año. La cantidad de alimentos gestionados desde este Banco de Alimentos fue de 85,2 toneladas, aportadas en su totalidad por los mayoristas de esta Unidad Alimentaria.

El almacén cedido por Mercabarna al Banco de Alimentos cuenta con 425 m². Las donaciones de Frutas y Hortalizas en 2016 batieron records anteriores alcanzando la cifra de 1.300.900 Kg.

Mercasturias tiene cedido al Banco de Alimentos de forma gratuita un espacio de 108 m², equivalente en explotación comercial a algo más de 7.000 euros/año. La cantidad de alimentos gestionados desde este Banco de Alimentos fue de 85,2 toneladas, aportadas en su totalidad por los mayoristas de esta Unidad Alimentaria.

Mercabilbao continuó una vez más con la política de colaboración con el Banco de Alimentos de Vizcaya que viene aplicando desde hace dos décadas.

El Banco de Alimentos, de Córdoba se trasladó a otra ubicación fuera de Mercacórdoba en 2015. El espacio que ocupaba en la Merca (230 m²) fue cedido tras la firma de un Convenio de colaboración a la entidad Cruz Roja con idéntico fin y de forma gratuita. La renta dejada de percibir por la Merca ha sido de 11.300 euros. El volumen aproximado de alimentos gestionados en estas instalaciones ha sido de 171.500 Kg.

Las empresas mayoristas de Mercairuña donaron al Banco de Alimentos 51.000 Kg. Esta entidad trasladó sus instalaciones fuera de la Merca en 2015.

En 2015 EL Banco de Alimentos dejó el módulo que tenía cedido por Mercajerez al trasladar toda su actividad a su sede central de Cádiz.

Mercalaspalmas tiene cedida de forma gratuita al Banco de Alimentos una superficie de 920

m² que equivaldría a una renta anual de 17.600 euros. El volumen de alimentos gestionado desde este Banco de Alimentos es de 5.347 toneladas de las que 423 toneladas corresponden a frutas y hortalizas, aportadas por 20 empresas mayoristas de la Merca.

Mercaleón tiene cedidos de forma gratuita al Banco de Alimentos una superficie de 180 m² a través de los que se ha gestionado un volumen de alimentos de 1.020 toneladas.

Mercamálaga ha continuado colaborando con el Banco de Alimentos con la cesión gratuita de espacio y facilitando la recogida de alimentos desde los mayoristas de esta Unidad Alimentaria. La superficie cedida (180 m²) equivaldría a una renta anual aproximada de 4.000 euros. La cantidad de producto recogido entre frutas, hortalizas y pescados, fue de algo más de 159.000 Kg y en ella participaron 41 mayoristas.

Se ha renovado el Convenio firmado entre Banco de Alimentos, Ayuntamiento de Palma y

Mercapalma por el que ésta cede a aquella entidad una superficie de 400 m² de forma gratuita, y otra nave con precio bonificado, en las que se recogieron en 2016 algo más de 958.000 Kg. Asimismo y con idéntico fin, Mercapalma tiene cedido un espacio a la Fundación Barceló.

El Banco de Alimentos en las instalaciones cedidas por Mercasalamanca gestionó en 2016, 2.935 toneladas de alimentos.

Mercasantander tiene cedida al Banco de Alimentos de forma gratuita una superficie de 90 m² que equivaldría a una renta anual de 850 euros.

En 2016 Mercatenerife fue distinguida con el "Premio Mención Especial Tenerife Solidario" por su apoyo continuado al Banco de Alimentos. En esta Unidad Alimentaria dicha entidad tiene cedida de forma gratuita una nave de 540 m² y alquilada otra con descuento del 70%. En estas instalaciones se gestionó en 2016 un volumen de alimentos de 1.216.200 Kg, con una aportación de 7 mayoristas de la Merca de 31.200 Kg.



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 1 millón son superficie neta de mercados y más de 2,4 millones corresponden a las Zonas de Actividades Complementarias. El resto son principalmente zonas urbanizadas (viales, aparcamientos, zonas verdes, etc.) y las dedicadas a servicios comerciales y administrativos.

En estas estructuras desarrollan su actividad más de 3.100 empresas, de las que en torno a 1.850 serían mayoristas instalados en los Mer-

cados 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 cerca de 30.000 trabajadores entre el personal de las Mercas y el de las empresas mayoristas y de servicios ubicadas en sus instalaciones.

Del mismo modo, la actividad comercial y de servicios que se desarrolla en las Mercas genera un tránsito muy representativo de personas y vehículos. Durante 2016, 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

^(*) 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
Mercagalicía	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 FYH.	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

	FYH	PLÁTANOS	PESCADOS	CARNES	FLORES	OTROS ^(*)	TOTAL MERCAS
Mercalgeciras			8			9	17
Mercalicante	28	1				60	89
Mercasturias	10					12	22
Mercabadajoz	2		2			19	23
Mercabarna	149		69	13	44	427	702
Mercabilbao	30	3	23			45	101
Mercacórdoba	22		12			21	55
Mercagalicia	7					6	13
Mercagranada	29	2	17			63	111
Mercairuña	10		7			16	33
Mercajerez	11		1			30	42
Mercalaspalmas	187		4	3		58	252
Mercaleón	10		6			8	24
Mercamadrid	150	10	144	61		195	560
Mercamálaga	54		24			26	104
Mercamurcia	49		4	14	4	69	140
Mercapalma	35	1		4		57	97
Mercasalamanca	16	3	3			19	41
Mercasantander	18					34	52
Mercasevilla	60	1	45	1		65	172
Mercatenerife	30	1				55	86
Mercavalencia	53		19	10	51	81	214
Mercazaragoza	31		12	22		97	162
Total	991	22	400	128	99	1.472	3.112

^(*) 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 2016 un valor total de casi 13.000 millones de euros, equivalente al 1,1% del PIB español, y correspondiente a un volumen de comercialización superior a los 7,4 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) y las áreas de distribución 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.

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.

Por ello, Mercasa y las Mercas buscan la mejora permanente de sistemas y programas para seguimiento y procesado de datos, adaptando los mismos a los nuevos modelos de demanda y de la creciente distribución realizada directamente por las empresas ubicadas en ZAC y resto de áreas que conforman la totalidad de cada Merca. Versatilidad que permite además una interacción más ágil y homogénea con el resto de operadores de la cadena, sirviendo al mismo tiempo de base para reformular y diseñar el nuevo proyecto de “Merca del futuro” a pesar de que el modelo actual tras 50 años de historia sigue plenamente vigente y rindiendo a plena satisfacción, como los demuestran los importantes y crecientes volúmenes de comercia-

lización obtenidos que convierten a las Mercas en un referente no solo para toda la cadena de distribución de nuestro país, sino también internacionalmente.

Por familia de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2016 ascendieron a unos 5,9 millones de toneladas, por encima del año anterior, alcanzando un valor cercano a los 6.000 millones de euros. Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros alcanzaron casi las 590.000 toneladas en 2016, ligeramente por debajo de 2015, con un valor de unos 4.000 millones de euros. En el caso de las carnes, durante 2016, la comercialización en la Red de Mercas superó e las 695.000 toneladas, con un valor de casi 2.400 millones de euros, y un claro impulso de las transacciones.

Cuotas de mercado

Los volúmenes comercializados en 2016 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) significa canalizar en torno a un 65% 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 más de un 35% de las carnes, sin incluir transformadas. Por-

centajes 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 del consumo durante los últimos años fortalece el papel de las Mercas como canal estratégico 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 2016 se vendieron de esta forma unas 100.000 toneladas, equivalentes a un 8% 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 ejercicios anteriores.

Indicadores económico-financieros

En cuanto a los principales indicadores económico-financieros de las Mercas –en cuyo capital social participan Mercasa y los ayuntamientos respectivos– cabe resaltar que en 2016 el beneficio antes de impuestos de las 23 Unidades Alimentarias ascendió a 28,0 millones de euros.

RED DE MERCAS COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2016

VALOR DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	MILLONES DE EUROS
GRUPO	TOTAL
FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS	5.987,4
PESCADOS Y MARISCOS	3.987,4
CARNES	2.388,3
OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN	334,7
TOTAL	12.697,8

VOLUMEN DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS ⁽²⁾	TONELADAS	
GRUPO	TOTAL	% S/GRUPO
FRUTAS	3.188.081	53,9
HORTALIZAS	1.876.676	31,7
PATATAS	849.928	14,4
TOTAL FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS*	5.914.685	100,0

PESCADO FRESCO	288.958	49,0
MARISCO FRESCO (incluye Moluscos y Cefalópodos)	95.780	16,2
PESCADO Y MARISCO CONGELADOS	204.978	34,8
TOTAL PESCADO Y MARISCO*	589.716	100,0
TOTAL CARNES	698.029	100,0
OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN	193.435	100,0
TOTAL TONELADAS	7.395.865	

⁽¹⁾ Mercados, Mataderos, Mercados Mayoristas de la Carne + ZAC + Distribución

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2016 /

VALOR Y VOLUMEN (TOTAL MERCAS)*

FRUTAS Y HORTALIZAS

VALOR

	Millones €	%
FRUTAS	3.730,1	62,3
HORTALIZAS	1.857,8	31,0
PATATAS	399,5	6,7
TOTAL	5.987,4	100,0

FRUTAS

3.730,1 / 62,3%

HORTALIZAS

1.857,8 / 31,0%

PATATAS

399,5 / 6,7%

VOLUMEN

	Toneladas	%
FRUTAS	3.188.081	53,9
HORTALIZAS	1.876.676	31,7
PATATAS	849.928	14,4
TOTAL	5.914.685	100,0

FRUTAS

3.188.081 / 53,9%

HORTALIZAS

1.876.676 / 31,7%

PATATAS

849.928 / 14,4%

PRECIO MEDIO

	€/kg
FRUTAS	1,17
HORTALIZAS	0,99
PATATAS	0,47
TOTAL	1,01

(*) Mercados + ZAC + Distribución

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2016 /

VALOR Y VOLUMEN (TOTAL MERCAS)*

PESCADOS

VALOR

	Millones €	%
PESCADO FRESCO	1.785,8	40,1
MARISCO FRESCO	674,3	15,1
PESCADO CONGELADO	467,4	10,5
MARISCO CONGELADO	1.527,3	34,3
TOTAL	4.454,8	100,0

PESCADO FRESCO

1.785,8 M€ / 40,1%

MARISCO FRESCO

674,3 M€ / 15,1%

PESCADO CONGELADO

467,4 M€ / 10,5%

MARISCO CONGELADO

1.527,3 M€ / 34,3%

VOLUMEN

	Toneladas	%
PESCADO FRESCO	288.958	49,0
MARISCO FRESCO	95.780	16,2
PESCADO CONGELADO	88.568	15,0
MARISCO CONGELADO	116.410	19,7
TOTAL	589.716	100,0

PESCADO FRESCO

288.958 Tn / 49,0%

MARISCO FRESCO

95.780 Tn / 16,2%

PESCADO CONGELADO

88.568 Tn / 15,0%

MARISCO CONGELADO

116.410 Tn / 19,7%

PRECIO MEDIO

	€/kg
PESCADO FRESCO	6,18
MARISCO FRESCO	7,04
PESCADO CONGELADO	5,57
MARISCO CONGELADO	9,61
TOTAL	6,91

[*] Mercados + ZAC + Distribución

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS
DE PRODUCTOS / 2016 /

VALOR Y VOLUMEN (TOTAL MERCAS)*

CARNES

VALOR

	Millones €	%
VACUNO	1.168,6	48,9
OVINO	224,0	9,4
PORCINO	831,1	34,8
RESTO	164,5	6,9
TOTAL	2.388,3	100,0

VACUNO

1.168,6 M€ / 48,9%

OVINO

224,0 M€ / 9,4%

PORCINO

831,1 M€ / 34,8%

RESTO

164,5 M€ / 6,9%

VOLUMEN

	Toneladas	%
VACUNO	207.945	29,8
OVINO	33.141	4,7
PORCINO	384.786	55,1
RESTO	72.157	10,3
TOTAL	698.029	100,0

VACUNO

207.945 Tn / 29,8%

OVINO

33.141 Tn / 4,7%

PORCINO

384.786 Tn / 55,1%

RESTO

72.157 Tn / 10,3%

PRECIO MEDIO

	€/kg
VACUNO	5,62
OVINO	6,76
PORCINO	2,16
RESTO	2,28
TOTAL	3,42

(*) Mataderos, Mercados Mayoristas de la Carne + ZAC + Distribución

RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS / 2016

MERCADOS, MATADEROS, MERCADOS MAYORISTAS DE LA CARNE + ZAC + DISTRIBUCIÓN

MERCAS	FRUTAS Y HORTALIZAS		PESCADOS		CARNES		OTROS ALIMENTOS		TOTAL	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	(1)	-	2.047	0,3	-	-	-	-	2.047	0,0
Mercalicante	228.389	3,9	1.441	0,2	3.309	0,5	-	-	233.139	3,2
Mercasturias	68.920	1,2	2.129	0,4	-	-	-	-	71.049	1,0
Mercabadajoz	4.452	0,1	785	0,1	818	0,1	-	-	6.055	0,1
Mercabarna	1.761.715	29,8	178.546	30,3	37.436	5,4	10.345	5,3	1.988.042	26,9
Mercabilbao	217.652	3,7	27.683	4,7	-	-	-	-	245.335	3,3
Mercacórdoba	52.935	0,9	6.609	1,1	302	0,0	-	0,0	59.846	0,8
Mercagalicia	120.590	2,0	158	0,0	-	-	-	-	120.748	1,6
Mercagranada	115.629	2,0	8.922	1,5	-	-	-	-	124.551	1,7
Mercairuña	29.383	0,5	3.291	0,6	-	-	-	-	32.674	0,4
Mercajerez	36.871	0,6	295	0,1	2.434	0,3	-	-	39.600	0,5
Mercalaspalmas	172.327	2,9	2.908	0,5	5.210	0,7	-	-	180.445	2,4
Mercaleón	16.678	0,3	1.169	0,2	4.905	0,7	139	0,1	22.891	0,3
Mercamadrid	1.869.468	31,6	146.570	24,9	406.032	58,2	155.850	80,6	2.577.920	34,9
Mercamálaga	169.783	2,9	39.166	6,6	42.532	6,1	-	-	251.481	3,4
Mercamurcia	81.943	1,4	7.981	1,4	16.521	2,4	-	-	106.445	1,4
Mercapalma	212.152	3,6	9.709	1,6	15.915	2,3	9.003	4,7	246.779	3,3
Mercasalamanca	38.647	0,7	850	0,1	-	-	-	-	39.497	0,5
Mercasantander	30.044	0,5	-	-	-	-	-	-	30.044	0,4
Mercasevilla	231.196	3,9	25.962	4,4	38.818	5,6	16.646	8,6	312.622	4,2
Mercatenerife	96.563	1,6	-	-	-	-	-	-	96.563	1,3
Mercavalencia	249.036	4,2	100.077	17,0	69.853	10,0	-	-	418.966	5,7
Mercazaragoza	110.312	1,9	23.418	4,0	53.944	7,7	1.452	0,8	189.126	2,6
Total Red	5.914.685	100,0	589.716	100,0	698.029	100,0	193.435	100,0	7.395.865	100,0

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

RED DE MERCAS

VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN
POR GRUPOS DE PRODUCTOS/ 2016MERCADOS, MATADEROS, MERCADOS MAYORISTAS
DE LA CARNE + ZAC + DISTRIBUCIÓN

MERCAS	FRUTAS Y HORTALIZAS		PESCADOS		CARNES		OTROS ALIMENTOS		TOTAL	
	Mill €	%	Mill €	%	Mill €	%	Mill €	%	Mill. €	%
Mercalgeciras	-	-	8,8	0,2	-	-	-	-	8,8	0,1
Mercalicante	261,1	4,4	9,6	0,2	14,0	0,6	-	-	284,7	2,2
Mercasturias	75,81	1,3	14,1	0,4		0,0	-	-	89,9	0,7
Mercabadajoz	4,85	0,1	3,8	0,1	4,4	0,2	-	-	13,1	0,1
Mercabarna	1.621,8	27,1	1.329,8	33,3	159,7	6,7	17,9	5,3	3.129,1	24,6
Mercabilbao	225,1	3,8	179,3	4,5		0,0	-	-	404,4	3,2
Mercacórdoba	46,05	0,8	25,8	0,6	1,1	0,0	-	-	73,0	0,6
Mercagalicia	120,59	2,0	1,0	0,0	-	-	-	-	121,6	1,0
Mercagranada	115,63	1,9	43,1	1,1	-	-	-	-	158,7	1,3
Mercairuña	31,15	0,5	24,6	0,6	-	-	-	-	55,7	0,4
Mercajerez	28,39	0,5	1,3	0,0	10,7	0,4	-	-	40,4	0,3
Mercalaspalmas	174,2	2,9	17,2	0,4	21,4	0,9	-	-	212,7	1,7
Mercaleón	19,18	0,3	7,8	0,2	20,2	0,8	0,2	0,1	47,4	0,4
Mercamadrid	2.018,9	33,7	1.081,5	27,1	1.431,6	59,9	269,6	80,6	4.801,7	37,8
Mercamálaga	181,9	3,0	188,0	4,7	165,0	6,9	-	-	534,9	4,2
Mercamurcia	81,94	1,4	61,0	1,5	46,4	1,9	-	-	189,3	1,5
Mercapalma	221,7	3,7	64,5	1,6	62,6	2,6	15,6	4,7	364,3	2,9
Mercasalamanca	33,24	0,6	5,2	0,1	-	-	-	-	38,5	0,3
Mercasantander	30,64	0,5	-	-	-	-	-	-	30,6	0,2
Mercasevilla	236,5	4,0	125,4	3,1	150,7	6,3	28,8	8,6	541,4	4,3
Mercatenerife	119,74	2,0	-	-	-	-	-	-	119,7	0,9
Mercavalencia	231,9	3,9	644,0	16,2	138,9	5,8	-	-	1.014,8	8,0
Mercazaragoza	107,00	1,8	151,7	3,8	161,5	6,8	2,5	0,8	422,7	3,3
Total	5.987,4	100,0	3.987,4	100,0	2.388,3	100,0	334,6	100,0	12.697,8	100,0

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

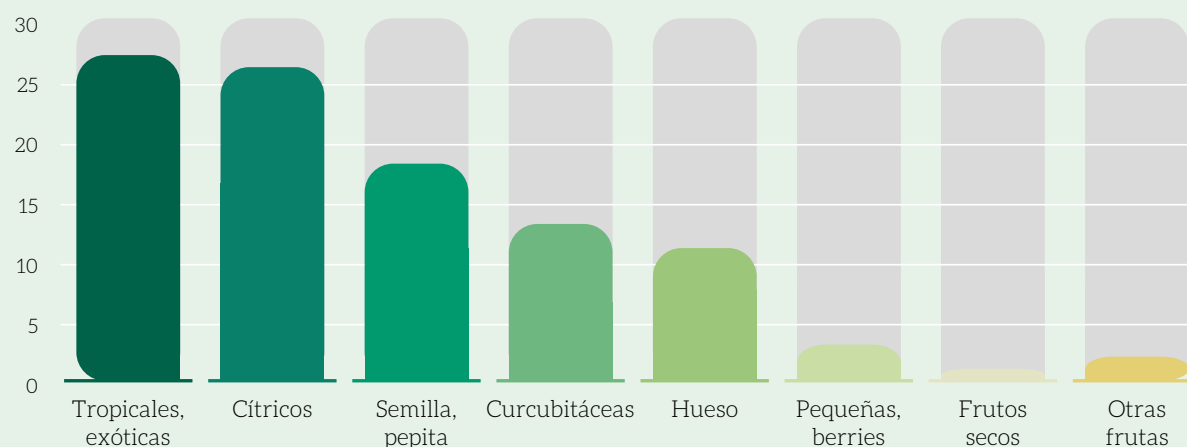
RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2016 / PORCENTAJES

FRUTAS / 3.188.081 Tn

Tropicales, exóticas	27%
Plátano	17%
Kiwi	3%
Piña	3%
Caqui	1%
Aguacate	1%
Otros	2%
Cítricos	26%
Naranja	18%
Mandarina	4%
Limón	3%
Otros	1%
Semilla, pepita	18%
Manzana	9%
Pera	5%
Uva	3%
Otros	1%

Curcubitáceas	13%
Melón	7%
Sandía	6%
Hueso	11%
Melocotón	5%
Nectarina	2%
Ciruela	2%
Cereza y Picota	1%
Albaricoque	1%
Pequeñas, berries*	3%
Fresón-Fresa	3%
<i>*Aparte algunas cantidades de Frambuesa, Mora, Grosella ...</i>	
Frutos secos	1%
<i>Castaña, Nuez, Dátil, Cacahuete, Almendra, Pistacho, Avellana ...</i>	
Otras Frutas	2%

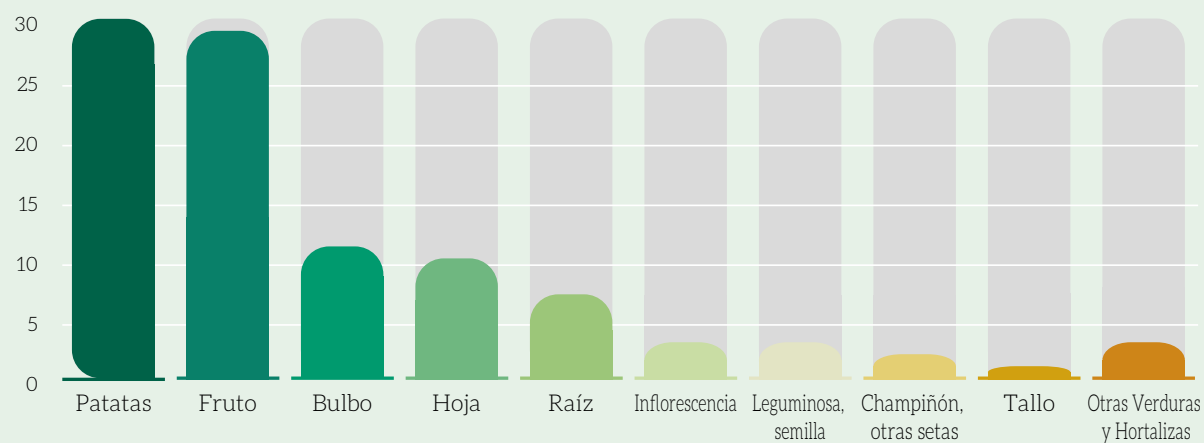


RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2016 / PORCENTAJES

HORTALIZAS, VERDURAS Y PATATAS / 2.726.604 Tn

Patatas	30%	Acelga	1%
Fruto	29%	Otros	1%
Tomate	17%	Raíz	7%
Pimiento	6%	Zanahoria	6%
Calabacín	2%	Otros	1%
Pepino	2%	Inflorescencia	3%
Berenjena	1%	Coliflor	1%
Otros	1%	Alcachofa	1%
Bulbo	11%	Bócoli	1%
Cebolla	8%	Leguminosa, semilla	3%
Puerro	2%	Judía Verde	2%
Ajo	1%	Otros	1%
Hoja	10%	Champiñón, otras setas	2%
Lechuga	7%	Tallo	1%
Coles	2%	Espárrago	1%
		Otras Verduras y Hortalizas	3%



RED DE MERCAS FRUTAS Y HORTALIZAS COMERCIALIZADAS POR LOS PRODUCTORES 2016

MERCAS	TONELADAS	% S/TOTAL
Mercalicante	1.484	1,5
Mercasturias	142	0,1
Mercabadajoz	1.338	1,4
Mercabarna	12.978	13,3
Mercabilbao	240	0,2
Mercacórdoba	16	0,0
Mercairuña	132	0,1
Mercalaspalmas	5.725	5,9
Mercaleón	812	0,8
Mercamurcia	367	0,4
Mercapalma	3.058	3,1
Mercasalamanca	577	0,6
Mercasantander	433	0,4
Mercatenerife	31.365	32,1
Mercavalencia	36.578	37,4
Mercazaragoza	2.612	2,7
Total	97.857	100,0

RED DE MERCAS

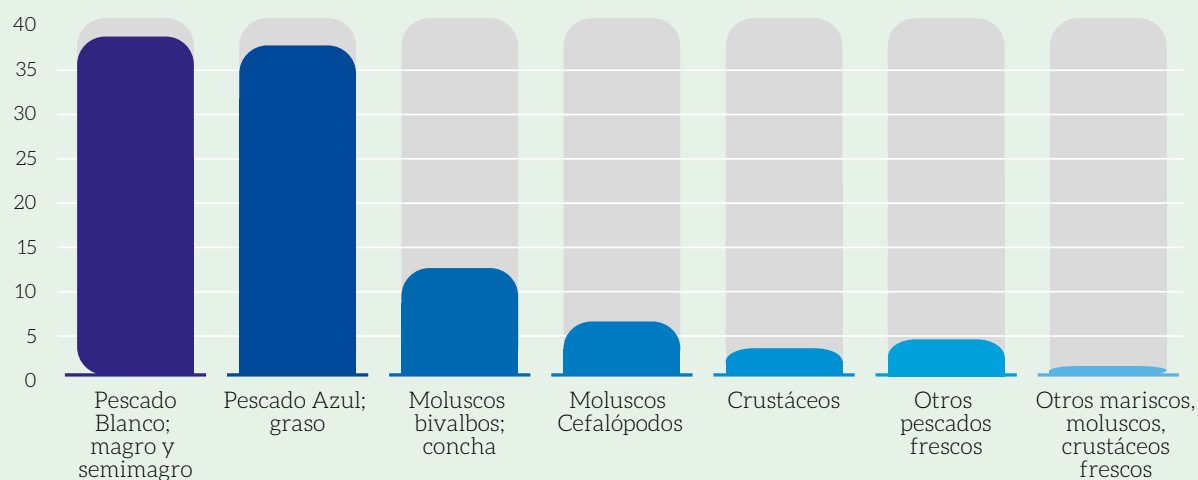
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS / 2016

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

PESCADO FRESCO / 288.958 Tn / MARISCO FRESCO / 95.780 Tn

Pescado Blanco; Magro y Semimagro	38%
Merluza	11%
Pescadilla	5%
Bacaladilla	4%
Dorada	4%
Lubina	3%
Rape	3%
Gallo	2%
Bacalao	2%
Lenguado	1%
Rodaballo	1%
Otros	2%
Pescado Azul; Graso	37%
Boquerón	10%
Salmón	7%
Sardina	6%
Túñidos	5%
Jurel	2%

Pez Espada	2%
Caballa	1%
Otros	4%
Moluscos Bivalbos; Concha	12%
Mejillón	7%
Chirla	2%
Almeja	2%
Otros	1%
Moluscos Cefalópodos	6%
Calamar	3%
Sepia	2%
Otros	1%
Crustáceos	3%
Gamba	1%
Cigala, Nécora, Buey	1%
Otros	1%
Otros Pescados Frescos	4%
Otros Mariscos, Moluscos y Crustáceos Frescos	1%



RED DE MERCAS

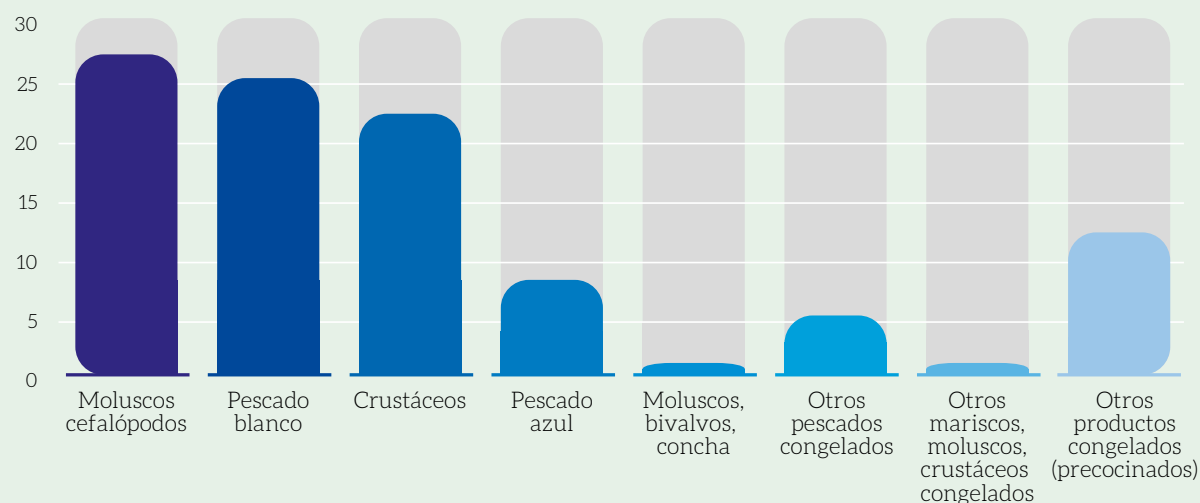
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS / 2016

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

CONGELADOS / 204.978 Tn

Moluscos cefalópodos	27%
Calamar	14%
Sepia	7%
Pulpo	3%
Túnidos	5%
Otros	2%
Pescado blanco	25%
Merluza	11%
Pescadilla	5%
Lenguado	3%
Bacalao	2%
Rosada	1%
Otros	3%

Crustáceos	22%
Langostino	10%
Gamba	9%
Cigala	2%
Otros	1%
Pescado azul	8%
Pez espada	4%
Túnidos	2%
Tiburón	1%
Salmón	1%
Moluscos, bivalvos, concha	1%
Otros Pescados Congelados	5%
Otros mariscos, moluscos, crustáceos congelados	1%
Otros productos congelados (precocinados)	12%



RED DE MERCAS

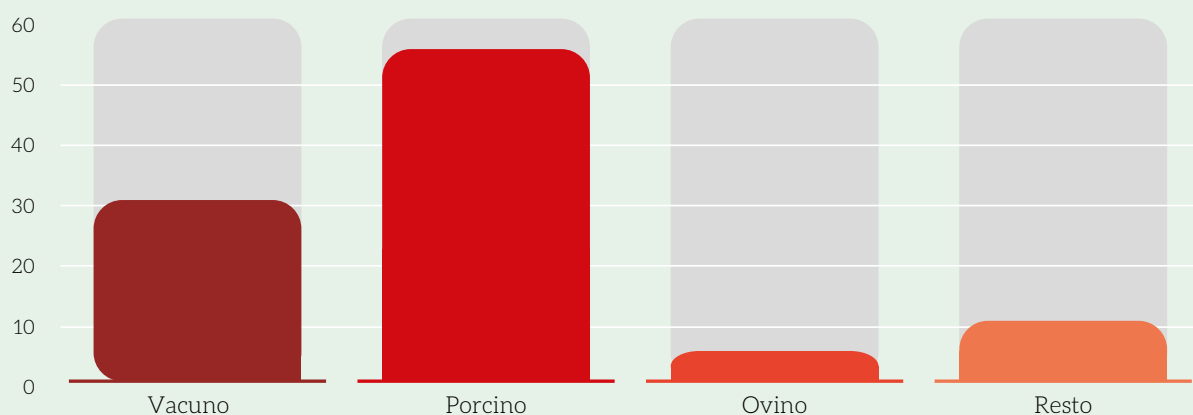
COMERCIALIZACIÓN DE CARNES / 2016

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

CARNES / 698.029 Tn

Vacuno	30%
<i>70% canal (55-60% añejo y resto ternera) 30% despiece</i>	
Porcino	55%
<i>Canales de cerdo blanco ($\pm$ 95 kg) en su gran mayoría</i>	
Ovino	5%
<i>95% recental: canales de 10-13 kg (60%) 13-16 kg (25%)</i>	

Resto	10%
Avícola	5%
Carne congelada	3,5%
Casquería y otros	1,5%



RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN TOTAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS, PESCADOS Y MARISCOS, CARNES Y OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN 2016

VOLUMEN TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN: 7.395.865 TM /

VALOR TOTAL DE LA COMERCIALIZACIÓN: 12.697,8 MILLONES DE €



RED DE MERCAS

COMERCIALIZACIÓN TOTAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS, PESCADOS Y MARISCOS, CARNES Y OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN EN 2016

VOLUMEN TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN		
	Tm.	%
Mercalgeciras	2.045	0,1
Mercalicante	233.139	3,2
Mercasturias	71.049	1,0
Mercabadajoz	6.055	0,1
Mercabarna	1.988.042	26,9
Mercabilbao	245.335	3,3
Mercacórdoba	59.846	0,8
Mercagalicia	120.748	1,6
Mercagranada	124.551	1,7
Mercairuña	32.674	0,4
Mercajerez	39.600	0,5
Mercalaspalmas	180.445	2,4
Mercaleón	22.891	0,3
Mercamadrid	2.577.920	34,9
Mercamálaga	251.481	3,4
Mercamurcia	106.445	1,4
Mercapalma	246.779	3,3
Mercasalamanca	39.497	0,5
Mercasantander	30.044	0,4
Mercasevilla	312.622	4,2
Mercatenerife	96.563	1,3
Mercavalencia	418.966	5,7
Mercazaragoza	189.126	2,6
Total	7.395.865	100,0

VALOR TOTAL DE LA COMERCIALIZACIÓN		
	Mill. de €	%
Mercalgeciras	8,8	0,1%
Mercalicante	284,7	2,2%
Mercasturias	89,9	0,7%
Mercabadajoz	13,1	0,1%
Mercabarna	3.129,1	24,6%
Mercabilbao	404,4	3,2%
Mercacórdoba	73,0	0,6%
Mercagalicia	121,6	1,0%
Mercagranada	158,7	1,2%
Mercairuña	55,7	0,4%
Mercajerez	40,4	0,3%
Mercalaspalmas	212,7	1,7%
Mercaleón	47,4	0,4%
Mercamadrid	4.801,7	37,8%
Mercamálaga	534,9	4,2%
Mercamurcia	189,3	1,5%
Mercapalma	364,3	2,9%
Mercasalamanca	38,5	0,3%
Mercasantander	30,6	0,2%
Mercasevilla	541,4	4,3%
Mercatenerife	119,7	0,9%
Mercavalencia	1.014,8	8,0%
Mercazaragoza	422,7	3,3%
Total	12.697,4	100,0%



Red de Centros Comerciales de Mercasa



El Centre de la Vila

consum

YELMO
CINES
CINES ICARIA

Europcar
Alquiler de vehículos
Lloguer de vehicles

MARK
ORUFGO
BOOK LOW COST
PLANNING

OPTICALJA



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 2016, 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 398 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 33,38 % de la superficie comercial dedicada a esa actividad, seguida del ocio y la restauración, con un 16,19 %.

Durante el año 2016, la ocupación ha descendido ligeramente respecto a la registrada el año anterior, situándose en un 73,86%. 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 2016 en cifras superiores, en ambos casos, al 90% 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

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.

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, para 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 durante 2016.

GETAFE 3

Las inversiones realizadas en 2016 se destinaron a la modernización, actualización y adaptación de las instalaciones a las nuevas necesidades del centro comercial. Entre las actuaciones más relevantes a destacar: la sustitución de puertas automáticas y cierres de los muelles, nueva señalética de evacuación y emergencia, cambio de luminarias en el aparcamiento en superficie a tecnología leds, impermeabilización de cubiertas, dotación de nueva instalación para suministro de gas natural.

LA ASUNCIÓN

Las inversiones acometidas en 2016 se concretaron en la mejora de las instalaciones y accesos (rampa de acceso), así como una importante apuesta por las redes sociales, con presencia en Facebook y Twitter.

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 para una mejor eficiencia de los espacios públicos de aparcamiento, alrededor del Centro Comercial y edificios públicos adyacentes.

OPCIÓN

Se ha procedido a la ampliación del aparcamiento y a la remodelación de las oficinas del Centro

LA MÁQUINA

Se han remodelado los aseos del Centro Comercial.

EL CENTRE DE LA VILA

En 2016 se completaron los trabajos de pintura iniciados en 2015 en los accesos, en la zona de almacenes y las puertas metálicas. También se concluyó la instalación de las iluminarias led en sustitución de las tradiciones en los down lights y tubos fluorescentes.

ARRECIFE

La inversión ha estado enfocada en la adecuación de locales para facilitar su comercialización.

LOS CIPRESES

El 23 de agosto de 2016 se inició la reforma integral de las instalaciones a fin de conseguir su reactivación comercial.

S'ESCORXADOR

En 2016 las inversiones realizadas fueron para la modernización y actualización del ascensor del Edificio A-2 así como a la mejora de las zonas ajardinadas.

ACCIONES PROMOCIONALES

Con objeto de dinamizar la vida de los centros, 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.

RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA

PERSONAL EMPLEADO / 2016

CENTROS COMERCIALES	LOCALES	SUBCONTRATAS	MERCASA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Arrecife (Canarias)	21	9	1	31	7	24	31
Asunción (Jerez)	58	5	1	58	18	40	58
Centre de la Vila (Barcelona)	205	17	4	226	99	127	226
Los Cipreses (Salamanca)	30	7	1	38	21	17	38
S'Escorxador (Mallorca)	200	8	1	209	105	104	209
Getafe 3 (Madrid)	522	25	4	551	214	337	551
La Máquina (Ponferrada)	19	4	1	24	8	16	24
Opción (Asturias)	35	5	1	41	8	33	41
La Plaza (Badajoz)	37	2	2	41	27	14	41
TOTAL RED	1.127	82	16	1.219	507	712	1.219
%	92,45%	6,73%	1,31%	100%	42%	58%	100%

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

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 Centros Comerciales 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 empleo, los Centros Comerciales de Mercasa generan más de 1.100 puestos de trabajo, de los cuales más del 90% se corresponden 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 / 2016

DATOS DEL CENTRO				ACTIVIDADES								
NOMBRE	SITUACIÓN	SUP m²	UDS	HSM	ALM	MYC	HBE					
Arrecife (Canarias)	Arrecife - Lanzarote	7.087,66	71		78,00	1	763,05	3				
La Asunción (Jerez)	Jerez de la F. - Cádiz	2.290,31	32	1.318,60	1	163,42	5	171,60	5	-	0	
Centre de la Vila (Barcelona)	Barcelona	17.425,79	94	3.836,84	3	441,22	2	2.415,15	8	179,65	1	
Los Cipreses (Salamanca)	Salamanca	5.933,24	31									
S'Escorxador (Mallorca)	Palma de Mallorca	5.930,00	27	985,00	1							
Getafe 3 (Madrid)	Getafe - Madrid	27.439,13	87	15.502,30	1	905,50	8	488,85	9			
La Máquina (Ponferrada)	Ponferrada - León	1.886,93	16	961,63	1	57,60	1					
Opción (Asturias)	Gijón - Asturias	4.484,76	22	1.425,00	1	1,00	1					
La Plaza (Badajoz)	Badajoz	2.037,15	18	1.009,09	3	424,00	1					
Total		74.515	398	25.038,46	11	2.070,74	19	1.423,50	25	179,65	1	
		100	100	33,60	2,76	2,78	4,77	1,91	6,28	0,24	0,25	

CLAVES ACTIVIDAD:

HSM: HIPERMERCADO-SUPERMERCADO

ALM: ALIMENTACIÓN FRESCA

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

HBE: HOGAR, BRICOLAJE, ELECTRODOMÉSTICOS

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

RYO: RESTAURACIÓN Y OCIO

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

	ACTIVIDADES						PROCEDENCIA						OPERADOR					
	SVC		RYO		DIV		INT		NAC		LOC		FRQ		CAD		COI	
	90,00	3	137,00	3	394,20	4			4		12		4					12
	172,56	6	99,00	1	105,15	4			1.318,60	1	612,73	20	-	0	1.318,60	1	612,73	20
	1.900,99	28	6.304,90	21	372,62	6			10.949,39	16	4.417,51	53	309,00	3	8.949,43	10	6.108,47	53
	192,00	1	368,00	1			368,00	1	192,00	1			368,00	1	192,00	1		
	2.962,00	5	2.104,00	28	2,00	1			1.019,00	4	5.034,00	31	10,00	1	1.009,00	3	5.034,00	27
	2.750,48	23	2.429,60	16	1.726,70	16	17.162,80	6	5.568,03	35	1867,52	32	905,03	14	20.714,30	24	2.215,45	36
	429,00	1	259,00	3	118,20	2	961,63	1	118,20	2	845,60	5	218,20	3	961,63	1	645,60	4
	501,94	2			25,00	5			22,00	2	1.930,94	7			1.449,00	7	503,94	3
	195,53	4	363,77	6					1		10				2			9
	9.194,50	73	12.065,27	79	2.743,87	38	18.492,43	8	19.187,22	66	14.708,30	170	1.810,23	26	34.593,96	49	15.120,19	164
	12,34	18,34	16,19	19,85	3,68	9,55	24,82	2,01	25,75	16,58	19,74	42,71	2,43	6,53	46,43	12,31	20,29	41,21

CLAVES PROCEDENCIA:

INT: INTERNACIONAL

NAC: NACIONAL O REGIONAL

LOC: LOCAL

CLAVES OPERADOR:

FRQ: FRANQUICIA

CAD: CADENA

COI: COMERCIO INDEPENDIENTE



Actividad internacional

The background of the page is a solid dark yellow. Overlaid on this are several abstract geometric shapes in a lighter, golden-yellow color. These shapes include a large rounded rectangle on the left, a horizontal bar extending from the right edge, and several diagonal bars at the bottom. The text 'Actividad internacional' is positioned in the upper right area, within the dark yellow background.



PUESTO N°
217



DISFRUSUR, S.L.

216

MIGUEL MEDINA, S.L.



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 grupo 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.

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.

Hasta finales de mayo de 2016 Mercasa estuvo ejerciendo la presidencia de la WUWM, por un periodo de tres años que se inició en 2013, cargo al que se accede por votación universal de todos los miembros de la entidad. Adicionalmente, Mercasa continúa ocupando un puesto en el Consejo de Directores de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas.

La WUWM celebró sus dos conferencias anuales de 2016 en Polonia y China. El Mercado Ma-



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

yorista de Lublin, en Polonia, fue el anfitrión de la conferencia de primavera con el tema “Mercados frescos: evolución permanente en los tiempos de cambio”, mientras que la Asociación China de Mercados Mayoristas (CAWA) acogió la conferencia de otoño en Changsha (provincia de Hunan) con el tema “Integración e Innovación: desarrollo Inteligente de Mercados Mayoristas”.

En 2016 la Unión Mundial de Mercados Mayoristas lanzó la segunda edición de la campaña internacional “Love your local market” (“Me gusta mi mercado”) con gran éxito de participación. Más de 3.000 mercados minoristas y mayoristas de Alemania, Bélgica, China, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Hong Kong, Hungría, Irlanda Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Suecia participaron en la campaña

y se espera aumentar el número de participantes en próximos años. Por parte de España participaron unos 150 mercados municipales y varias Mercas.

El lanzamiento internacional de la campaña en esta edición de 2016 tuvo lugar en París, los días 30 de abril y 1 de mayo. Los actos se desarrollaron en el Palacio de Eliseo, y el Ayuntamiento de París, con intervenciones del Presidente de la República Francesa y de la Alcaldesa de la ciudad, y asistencia de los miembros de la WUWM y empresarios mayoristas de Francia y otros países.

Mercasa participa activamente en los grupos de trabajo sectoriales de la WUWM, especialmente en el de Unión Europea y en el de Mercados Minoristas-“Love your local market”.



Asistencia técnica





Asistencia técnica nacional e internacional

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, presentado 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 participado 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 2016, en relación con la red de Mercas destaca el proyecto de una nueva línea de sacrificio de porcino para el matadero de Mercazaragoza, que podrá triplicar la capacidad de la existente y estará preparada para su futura robotización.

Se han realizado también diversos estudios de aprovechamiento de remanentes urbanísticos, modernización de mercados y naves polivalentes, como en las parcelas G2 y G5 de Mercamadrid. Y para Mercatenerife se ha trabajado en un análisis técnico y económico para la creación un nuevo modelo de instalación, que

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.

complemente a la existente y amplíe su área de influencia, llegando a nivel de diseños previos de ordenación, edificios y estimaciones de costes de construcción.

Por su parte, dentro de la asistencia técnica internacional, cabe destacar el inicio de los trabajos previos para el estudio de dimensionamiento de una Unidad Alimentaria en Cuba, en concreto en La Habana.

Mercados Minoristas

En Mercados Minoristas, Mercasa realizó en 2016 10 estudios técnicos-comerciales de los siguientes mercados: G-9 (Burgos); Les Bòbiles, Martorell (Barcelona); Central, Elda (Alicante); Puerto de Mazarrón (Murcia); Almuñécar (Granada); Celanova (Orense) San Cristóbal de La Laguna (Tenerife); San Blas (Logroño); Tafalla (Navarra) y San Lorenzo del Escorial (Madrid).

Estos Estudios Técnico-Comerciales, realizados por Mercasa a través de una encomienda de la Secretaría de Estado de Comercio, incluyen un análisis del entorno socioeconómico, de la oferta comercial presente en cada municipio, del equipamiento y servicios del mercado, del estado de los edificios que los albergan así como de sus instalaciones, a partir de los cuales se realiza una propuesta de actuación para la mejora de los mismos, que puede incluir tanto acciones en el ámbito comercial como en el ámbito arquitectónico con la remodelación del edificio y/o sus instalaciones, bajo estos parámetros:

- Adecuación del mix comercial a las necesidades de usuarios (clientes) y operadores (comerciantes).
- Modernización integral del concepto de Mercado mediante su adaptación a criterios de confortabilidad (clientes) y sostenibilidad (comerciantes).

Esta modernización pasa por la implantación o mejora de instalaciones que permitan una mejor iluminación, accesibilidad, climatización, seguridad, etc... con criterios basados en la sostenibili-



dad económica para los comerciantes y la confortabilidad de clientes (y comerciantes).

- Implantación de un nuevo concepto comercial que permita la convivencia de un edificio singular con un modelo de formato mercado, donde se revalorice el propio edificio y el entorno donde se sitúa.
- Activación de un formato comercial que implique la actualización de normativa y reglamentos, formación de los comerciantes, puesta en marcha y/o ampliación de los servicios prestados, modificación de horarios, tratamiento de residuos, etc.

Unas propuestas de actuación que sirven, posteriormente, como base para la posterior ejecución de los proyectos de reforma y dinamización de los mercados analizados.

Además de los estudios realizados a través de la encomienda, se realizan otros por contratación directa, como el llevado a cabo en el Mercado Central de Lanuza en Zaragoza, que cuenta con la categoría de Monumento Histórico Nacional desde 1978 y Bien de Interés Cultural desde 1982.

A finales del año 2016 se ha contratado con el Ayuntamiento de Úbeda (Jaén) un nuevo proyecto para la realización de un Estudio Técnico-Comercial del Mercado Municipal (edificio singular de marcado carácter racionalista, construido en 1939).

Información y promoción

The background of the page features an abstract geometric design. It consists of several overlapping shapes in two shades of red: a vibrant red and a darker, more muted red. These shapes include horizontal bars, diagonal stripes, and a large, rounded rectangular element on the left side. The overall effect is a modern, layered composition that frames the central text.



Información y promoción en la cadena alimentaria

A lo largo de 2016, 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.

Mercasa continúa desarrollando la edición de publicaciones y webs de la compañía, además de gestionar la explotación conjunta de los recursos publicitarios de la red de Mercas, coordinar 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 ali-

mentos frescos; y realizar las actividades de promoción alimentaria incluidas en las Encomiendas a Mercasa del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

Entre las actividades desarrolladas en 2016, cabe destacar la conmemoración del 50 aniversario de Mercasa, con un acto central organizado el 7 de abril, que es la misma fecha en que se aprobó el decreto de creación de la empresa, el 7 de abril de 1966.

En el acto, que se celebró en Mercamadrid, se presentó un libro conmemorativo que recoge la evolución de Mercasa en sus 50 años de historia,



así como su contribución a la modernización y el funcionamiento de la cadena alimentaria en España; además de un vídeo que refleja en imágenes esta misma evolución y una página web específica sobre el 50 aniversario de Mercasa.

En la sede de Mercamadrid se inauguró también el 7 de abril una exposición fotográfica que recogía en más de 150 imágenes la historia de Mercasa, las Mercas y la actividad comercial en España en los últimos 50 años.

Por lo que respecta a las publicaciones de Mercasa, en 2016 se editaron cinco números de la revista Distribución y Consumo, correspondientes a enero-febrero, marzo-abril, mayo-junio, septiembre-octubre y noviembre-diciembre. El número correspondiente a mayo-junio fue un número especial dedicado al 50 aniversario de Mercasa.

El impacto y la difusión de Distribución y Consumo, que Mercasa viene editando desde 1991, se reflejan tanto en la edición impresa como, cada vez más, a través de las consultas y des-

El impacto y la difusión de Distribución y Consumo, que Mercasa viene editando desde 1991, 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 2016 se realizaron más de 30.000 descargas de artículos de la revista

cargas de artículos desde la web de Mercasa. En tal sentido, durante 2016 se realizaron más de 30.000 descargas de artículos de la revista.





Igualmente, se editó el anuario Alimentación en España 2016, que ha llegado a su edición número 19. Además de la edición en papel, el Informe 2016 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España cuenta con una edición digital, que puede consultarse de forma íntegra y permanente en la página web de Mercasa. A este respecto, las estadísticas de accesos a los contenidos de Alimentación en España en la web de Mercasa reflejan que durante 2016 se realizaron más de 45.000 visitas y cerca de 400.000 páginas vistas.

En 2016 se reforzaron las nuevas herramientas de divulgación de las publicaciones –revista y anuario– para alcanzar una mayor difusión, mediante una newsletter que se envía con cada nueva edición, a más de 4.000 destinatarios, representativos de ámbitos académicos, educativos, empresariales, institucionales y periodísticos. Un esfuerzo de divulgación que se añade

a la distribución de las publicaciones en papel y las consultas a demanda en la web de Mercasa. Todo ello, reforzado por la difusión que se realiza también a través de las redes sociales.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, Mercasa realizó durante 2016 las actuaciones contempladas en una Encomienda de Gestión del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, con un amplio conjunto de actividades sobre dieta mediterránea y alimentación saludable con escolares de educación primaria y secundaria.

El objetivo de estas actividades siempre es promover hábitos de alimentación saludables y equilibrados, con ventajas objetivas para todos los actores de la cadena alimentaria y, sobre todo, para el conjunto de la población porque se transmiten criterios de cultura alimentaria asociados a la dieta mediterránea.

Las acciones promocionales tienen también como objetivo estimular entre la población infantil y juvenil el consumo de los productos alimentarios, que forman parte de la Dieta Mediterránea, así como estimular la práctica de ejercicio físico.

Para ello se utilizan en las campañas diversos canales para llegar al público infantil: colegios (profesores, monitores, responsables de la restauración escolar), asociaciones de profesionales de la salud, asociaciones de diverso tipo (AM-PAS, periodistas de la salud, de nutricionistas), a través de distintas herramientas de comunicación, Internet y medios convencionales.

Las características y descripción de las acciones realizadas en 2016 se resumen en los siguientes puntos:

- Talleres escolares de la dieta mediterránea y alimentación saludable
En estos talleres participaron más de 40.000 alumnos de Educación Primaria y Secundaria, en 300 colegios de 10 provincias diferentes.
- Jornadas sobre alimentación mediterránea en campamentos de verano
Se impartieron entre junio y septiembre 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 campeonatos de España de diferentes deportes en edad escolar, en los que participaron cerca de 5.000 atletas en siete ciudades.
- Jornadas de alimentación y deporte
Se realizaron el primer fin de semana de octubre en el espacio abierto de Madrid Río,

con exhibiciones y prácticas deportivas para niños y adolescentes, de fútbol, voleibol, badminton, baloncesto, patinaje en línea freestyle, gimnasia rítmica y tenis de mesa. En estas jornadas, en las que participaron más de 10.000 escolares, se divulga 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 disputan en los últimos kilómetros, del mismo escenario donde a continuación se celebró la llegada de la Vuelta Ciclista a España. En estas actividades participan cerca de 4.000 escolares de entre 3º y 6º de primaria, a los que se informa también sobre las virtudes de la dieta mediterránea.
- Plan de comunicación en redes sociales
Todas las actividades de promoción se reforzaron con un plan de comunicación integral en redes sociales, con un impacto relevante en Twitter y Facebook, además de organizar concursos entre la población escolar.

Otra Encomienda del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente a Mercasa durante 2016 se centró en el procedimiento de determinación de precios de frutas y hortalizas procedentes de Terceros Países.

Mercasa volvió a coordinar en 2016, por quinto año consecutivo, la organización de la campaña

Las acciones promocionales tienen también como objetivo estimular entre la población infantil y juvenil el consumo de los productos alimentarios, que forman parte de la Dieta Mediterránea, así como estimular la práctica de ejercicio físico

de promoción de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante Navidad, impulsada por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

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

Bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, la campaña tuvo un acto de presentación nacional que se celebró en el Mercado de Logroño, incluyendo actuaciones de promoción y comunicación durante todo el mes de diciembre de 2016 y la primera semana de enero de 2017, y se cerró con más participación y mejores resultados que en ediciones anteriores, hasta llegar a unos 350 mercados en toda España.

Por último, hay que destacar la coordinación y gestión de la presencia de Mercasa en la feria Fruit Attraction 2016, que se celebró en octubre, coincidiendo en esta ocasión con el 50 aniversario de Mercasa y con el objetivo de poner en valor la proyección hacia el futuro del nuevo diseño de Merca.

El stand de Mercasa, que en la práctica fue el stand de todas las Mercas, recogió los elementos gráficos que reflejan la historia de Mercasa y los aspectos clave de la Merca del futuro, en un espacio abierto donde también se celebraron degustaciones de frutas y verduras, y se ofreció



información y consejos sobre manejo y consumo de los distintos productos.

Además, en el marco de los jornadas técnicas que organiza la feria dentro del Foro Innova, Mercasa incluyó una jornada específica sobre la Merca del futuro, a partir de una mesa redonda y un debate abierto, con la asistencia de unas 100 personas, representantes del colectivo empresarial, de gestión y de usuarios y clientes que opera en torno a las Mercas.



Gestión sostenible y de calidad





Gestión **sostenible** y de **calidad**

La Dirección de Auditoría Interna de Mercasa trabaja 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.
- Contribuir al buen gobierno corporativo y a la mejora de los sistemas y procedimientos de control interno.

Durante el ejercicio 2016, se han desarrollado las siguientes actuaciones:

Actuaciones de carácter general.

- Aplicación de la Orden HAP/1741/2015, de 31 de julio, sobre régimen de compensación de gastos a los máximos responsables y directivos de la Sociedad.

Actuaciones de carácter específico.

- Auditoría del Plan de Formación
- Auditoría de Cobertura de Puestos de Trabajo
- Auditoría sobre Normativa de Morosidad
- Auditoría sobre Igualdad entre Mujeres y Hombres
- Auditoría sobre Verificación del Procedimiento de Cálculo de Morosidad de Clientes
- Auditoría de Litigios
- Auditoría sobre Seguimiento, Análisis y Cierre de Proyectos (CECO)
- Auditoría del Cuadro de Mandos Integral
- Seguimiento de Recomendaciones Mercasa (Concretada en la Auditoría Integral de MERCASA, 2014, realizada por la Dirección de Auditoría Interna de SEPI)

Actuaciones de carácter especial.

- Auditoría de Contratación 2012-2015 (Contratos celebrados con publicidad)
- Auditoría Integral de la Sociedad OMSA. Participada al 100% por Mercasa)
- Auditoría Integral del Centro Comercial Arrecife (Lanzarote), propiedad de Mercasa.

Sistema de gestión de la **calidad**

Mercasa cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) certificado de acuerdo a la norma UNE-EN ISO 9001:2008, otorgado por British Standards Institution España.

Este certificado pone de manifiesto el compromiso por el servicio y la mejora continua de la Sociedad reflejado en la Política de Calidad de Mercasa.

Durante 2016, Mercasa se sometió a una auditoría externa, de segundo seguimiento de la norma, que tuvo lugar los días 26 de octubre y 2 de noviembre de 2016, y con un resultado satisfactorio concluyendo que la sociedad cumple con los registros legales y reglamentarios así como la capacidad para la consecución de los resultados; gracias al trabajo de personal de Mercasa en el mantenimiento de los registros y los procesos de acuerdo a la norma y la confianza que la Dirección de la Compañía tiene en el mantenimiento del Certificado.

El Sistema de Gestión de Calidad continúa funcionando, y mejorándose continuamente con el fin de seguir siendo un modelo útil y eficaz, para la gestión y mejora de la calidad de los servicios que presta Mercasa.



FS 581336

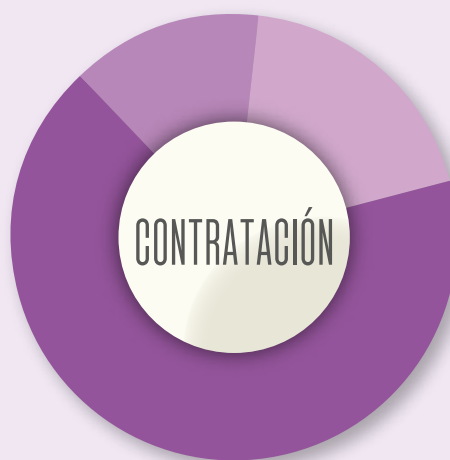
Contratación **responsable** y **eficaz**

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 2016



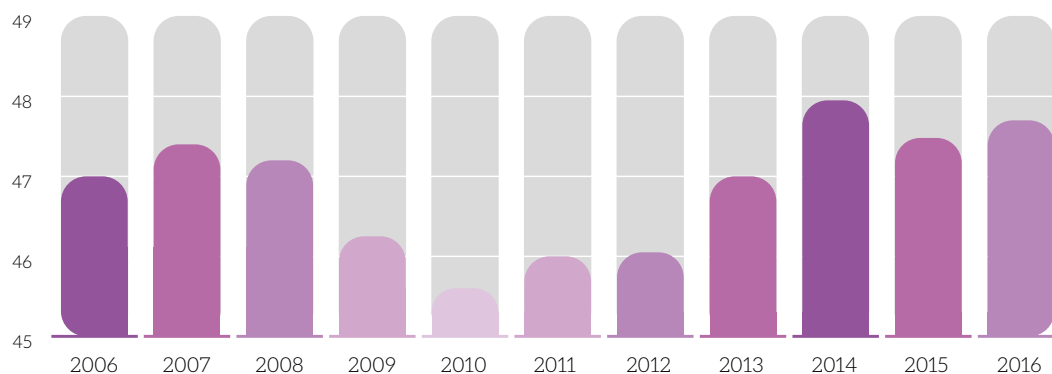
■ CON PUBLICIDAD / 67% ■ SIN PUBLICIDAD / 14% ■ CONTRATO MENOR / 19%

Recursos Humanos

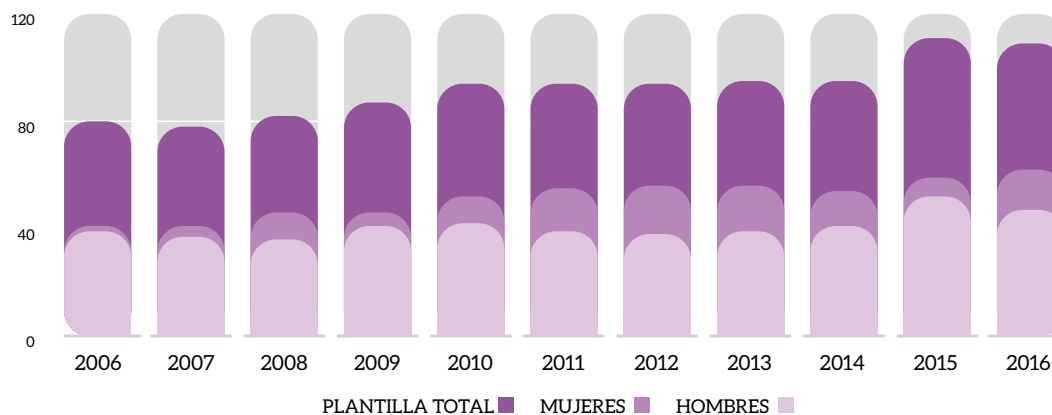
El número de empleados en Mercasa al finalizar 2016 era de 109 personas, manteniendo su plantilla una mayor proporción de mujeres que de

hombres, que suponen en esa fecha el 57% del total. La edad media de la plantilla se mantiene en 48 años, y la antigüedad media es de catorce años.

EVOLUCIÓN EDAD MEDIA 2006-2017



EVOLUCIÓN GÉNERO 2005-2015



Durante el año 2016 se fomentó la incorporación al mundo laboral de jóvenes que se encuentran estudiando o acaban de finalizar su formación, a través del Programa de Iniciación en la Empresa de la Fundación SEPI y de los Convenios de Colaboración con entidades educativas de Formación Profesional de la Comunidad de Madrid.

El presupuesto para formación en 2016 aumentó respecto al ejercicio anterior, al igual que el ratio de formación por empleado, que a 31 de diciembre de 2016 se sitúa en 21,40 horas/empleado,

asciendo a 31,71 horas por trabajador teniendo en cuenta los Permisos Individuales de Formación concedidos en la empresa.

La formación concreta realizada en el año 2016 se ajustó a las necesidades de los puestos de trabajo de las distintas áreas de la empresa, alcanzando diversos aspectos, desde los Máster de Desarrollo Directivo impartidos por la Fundación SEPI hasta sesiones y cursos de actualización profesional en los distintos aspectos del trabajo de esta empresa.

CURSOS REALIZADOS EN 2016

MATERIAS	CURSOS
MÁSTER	PROGRAMA DE DESARROLLO DIRECTIVO 2015/2016
	PROGRAMA DE DESARROLLO DIRECTIVO 2016/2017
	COMMUNITY MANAGER
	EXCEL AVANZADO
	EXCEL BÁSICO
HERRAMIENTAS Y PROGRAMAS	FORMACIÓN AUTONOMÍA EN LA HERRAMIENTA CEZANNE
	LEXNET
	POWER BI
	SAP HR
	WORD AVANZADO 2013
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	BUENAS PRÁCTICAS MERCANTILES
	OPORTUNIDADES DE FINANCIACIÓN PÚBLICA PARA PROYECTOS INTERNACIONALES
	PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES PARA EL NEGOCIO ALIMENTARIO
	PLAN DE MARKETING DIGITAL
	SEMANA MULTILATERAL ICEX
	TALLER MARKETING DIGITAL
FORMACIÓN EN COMPETENCIAS	VENDEDOR DE FRESCOS
	GESTIÓN DEL TIEMPO
JURÍDICOS Y CONTRATACIÓN	TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DE CONFLICTOS
	APLICACIÓN PRÁCTICA DE LOS PROGRAMAS DE COMPLIANCE
	CIRCULAR 1/2016 DE LA FISCALÍA Y LOS PROGRAMAS DE COMPLIANCE
	CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COTIZADAS
	CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y RESPONSABILIDAD EN LAS SOCIEDADES MERCANTILES PÚBLICAS
	EL ESTÁNDAR GLOBAL ANTI-SOBORNO
	ISO 9001-2015
	JORNADA SEPI INCIDENCIA NUEVAS DIRECTIVAS UE EN CONTRATACIÓN
	JORNADA SEPI NOVEDADES LEGISLATIVAS DE INTERÉS
	NUEVAS DIRECTIVAS DE CONTRATACIÓN
	RESPONSABILIDAD DE LOS ADMINISTRADORES SOCIETARIOS
RECURSOS HUMANOS Y SEGURIDAD Y SALUD EN LA EMPRESA	PLAN DE AUTOPROTECCIÓN EN CENTROS COMERCIALES
	ACOSO PSICOLÓGICO EN EL TRABAJO (APT)
	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, RIESGOS PSICOSOCIALES Y SEGURIDAD EN LOS DESPLAZAMIENTOS
TÉCNICOS	JORNADA TÉCNICA FACILITY MANAGEMENT



Cuentas anuales individuales

The background of the page is a solid light blue. Overlaid on this are several geometric shapes in a darker blue. A large, rounded rectangle is positioned in the upper left. Below it, a horizontal bar with a rounded left end extends across the middle. In the lower left, there are two parallel diagonal stripes that run from the bottom left towards the top right. The text 'Cuentas anuales individuales' is written in white, sans-serif font in the upper right area.



MERCASA INDIVIDUAL

BALANCE (MILES DE EUROS)

ACTIVO	2016	2015
A) ACTIVO NO CORRIENTE	134.702	136.221
I. Inmovilizado Intangible	1.119	1.400
II. Inmovilizado material	3.122	3.901
III. Inversiones inmobiliarias	46.218	48.926
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	83.808	81.505
V. Inversiones financieras a largo plazo	-	-
VI. Activos por impuesto diferido	435	489
B) ACTIVO CORRIENTE	45.814	46.707
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
II. Existencias	38	24
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5.647	4.828
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	30.428	28.420
V. Inversiones financieras a corto plazo	1.754	1.832
VI. Periodificaciones a corto plazo	55	44
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	7.892	11.559
TOTAL ACTIVO (A+B)	180.516	182.928

MERCASA INDIVIDUAL

BALANCE (MILES DE EUROS)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2016	2015
A) PATRIMONIO NETO	173.340	173.793
A-1) Fondos Propios	173.175	173.647
Capital	153.942	153.942
Reservas	18.325	18.172
Resultado del ejercicio	908	1.533
A-2) Ajustes por cambios de valor	165	146
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	-	-
B) PASIVO NO CORRIENTE	3.494	3.557
I. Provisiones a largo plazo	2.615	2.619
II. Deudas a largo plazo	-	-
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	139	178
IV. Pasivos por impuesto diferido	-	-
V. Periodificaciones a largo plazo	740	760
C) PASIVO CORRIENTE	3.682	5.578
II. Provisiones a corto plazo	33	22
III. Deudas a corto plazo	1.215	1.254
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	720	1.789
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.714	2.513
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	180.516	182.928

MERCASA INDIVIDUAL

CUENTA DE RESULTADOS
(MILES DE EUROS)

	2016	2015
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	18.466	20.772
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	-	-
4. Aprovisionamientos	-4.132	-4.343
5. Otros ingresos de explotación	18	177
6. Gastos de personal	-6.473	-6.348
7. Otros gastos de explotación	-3.088	-3.204
8. Amortización del inmovilizado	-2.693	-2.574
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	-	-
10. Excesos de provisiones	-	-
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-1.550	-1.707
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	-	-
13. Otros resultados	-56	-65
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	492	2.708
14. Ingresos financieros	334	306
15. Gastos financieros	-21	-20
16. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
17. Diferencias de cambio	73	272
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	91	-2.545
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	477	-1.987
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)	969	721
19. Impuestos sobre Beneficios	-61	812
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+19)	908	1.533
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	-	-
20. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	-	-
A.5). RESULTADO DEL EJERCICIO (Bº) (A.4+20)	908	1.533

MERCASA INDIVIDUAL

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y 2015 (MILES DE EUROS)

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	2016	2015
Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias	908	1.533
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto	19	17
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias	-	-
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	927	1.550

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO (Miles de Euros)	Capital social	Reservas	Resultados ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio	Ajustes por cambio de valor	TOTAL
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
SALDO AJUSTADO, INICIO AÑO 2016	153.942	18.172	-	1.533	146	173.793
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	908	19	927
Operaciones con socios o propietarios						
- Distribución de dividendos	-	-	-	-1.380	-	-1.380
- Otras variaciones de patrimonio	-	153	-	-153	-	-
SALDO, FINAL AÑO 2016	153.942	18.325	-	908	165	173.340

MERCASA INDIVIDUAL

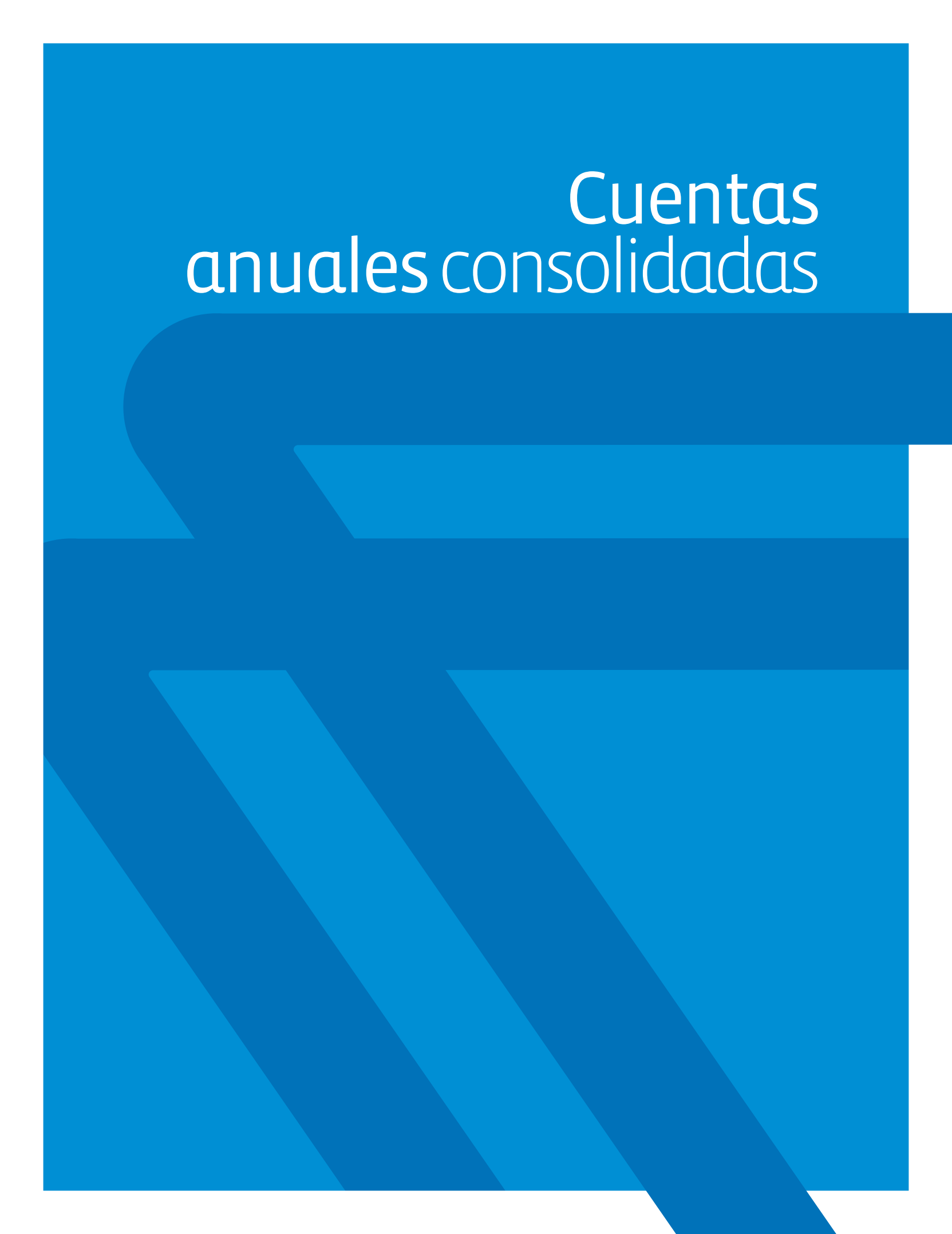
ESTADO DE **FLUJOS DE EFECTIVO** CORRESPONDIENTE
AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE
DE **2016 Y 2015** (MILES DE EUROS)

FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	2016	2015
Resultado del ejercicio antes de impuestos	969	721
Ajustes del resultado	-2.283	-1.507
Amortización del inmovilizado	2.693	2.574
Variación de provisiones - insolvencias	292	619
Variación de provisiones - inversiones en empresas del grupo y asociadas	-91	2.545
Dotaciones de provisiones retribuciones a largo plazo	31	-30
Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	87	125
Deterioros de inversiones intangibles	179	-
Deterioros de inversiones materiales	605	-
Deterioros de inversiones inmobiliarias	766	1.582
Ingresos financieros	-333	-306
Ingresos por dividendos	-6.695	-8.523
Gastos financieros	21	20
Diferencias de cambio	-73	-272
Otros ingresos	235	159
Cambios en el capital corriente	-1.461	619
Existencias	-14	18
Deudores y otras cuentas a cobrar	-597	55
Otros activos corrientes	-88	18
Acreedores y otras cuentas a pagar	-780	550
Otros pasivos corrientes	58	-18
Otros activos y pasivos no corrientes	-40	-4
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	10.589	5.700
Cobros de dividendos	9.896	5.214
Cobros de intereses	310	382
Pagos de intereses	-	-1
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	550	79
Otros pagos (cobros)	-167	26
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	7.814	5.533

MERCASA INDIVIDUAL
ESTADO DE **FLUJOS DE EFECTIVO** CORRESPONDIENTE
AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE
DE **2016 Y 2015** (MILES DE EUROS)

FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	2016	2015
Pagos por inversiones	-41.838	-20.204
Empresas del grupo y asociadas	-	-
Inmovilizado intangible	-171	-86
Inmovilizado material	-304	-857
Inversiones inmobiliarias	-90	-181
Otros activos financieros - Depósitos SEPI	-41.273	-19.032
Otros activos financieros	-	-48
Cobros por desinversiones	32.887	19.604
Empresas del grupo y asociadas y Depósitos SEPI	32.861	19.563
Inmovilizado intangible	-	-
Inmovilizado Material	-	-
Inversiones Inmobiliarias	-	-
Otros activos financieros	26	41
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-8.951	-600
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-102	-35
Emisión	-	28
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-	-
Otras deudas	-	28
Devolución y amortización de:	-102	-63
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-62	-63
Otras deudas	-40	-
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instr. de patrim.	-2.447	-487
Dividendos	-2.447	-487
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-2.549	-522
EFFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO	19	17
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES	-3.667	4.428
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio	11.559	7.131
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	7.892	11.559

Cuentas anuales consolidadas

The background of the page is a solid blue color. It features several abstract geometric elements: a large, rounded rectangular shape on the left side, a horizontal bar extending from the right edge, and a series of parallel diagonal stripes in a darker shade of blue running from the bottom left towards the top right.



GRUPO MERCASA

BALANCE CONSOLIDADO

(MILES DE EUROS)

ACTIVO	2016	2015
A) ACTIVO NO CORRIENTE	304.524	304.862
I. Inmovilizado Intangible	1.283	1.573
II. Inmovilizado material	41.065	42.716
III. Inversiones inmobiliarias	64.705	67.912
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	195.950	190.850
V. Inversiones financieras a largo plazo	312	453
VI. Activos por impuesto diferido	1.186	1.277
VII. Deudores comerciales no corrientes	23	81
B) ACTIVO CORRIENTE	55.561	53.298
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
II. Existencias	38	24
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	6.651	6.472
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	34.664	29.047
V. Inversiones financieras a corto plazo	1.991	2.081
VI. Periodificaciones a corto plazo	65	56
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	12.152	15.618
TOTAL ACTIVO (A + B)	360.085	358.160

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2016	2015
A) PATRIMONIO NETO	349.782	345.060
A-1) Fondos Propios	323.927	319.391
I. Capital.	153.942	153.942
III. Reservas.	48.790	47.920
IV. Rvas. Soc. consolidadas por integracion global	1.418	1.546
V. Rvas. Soc. consolidadas puestas en equivalencia	113.666	107.200
VII. Resultado del ejercicio sociedad dominante	6.111	8.783
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto.	-	-
A-2) Ajustes por cambios de valor.	165	146
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. Consolidación	13.490	13.342
A-4) Socios Externos	12.200	12.181
B) PASIVO NO CORRIENTE	4.223	4.515
I. Provisiones a largo plazo	2.615	2.808
II. Deudas a largo plazo	288	280
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	139	178
IV. Pasivos por impuesto diferido	9	9
V. Periodificaciones a largo plazo	1.172	1.240
C) PASIVO CORRIENTE	6.080	8.585
II. Provisiones a corto plazo	110	26
III. Deudas a corto plazo	2.102	2.632
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	1.104	2.287
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.715	3.591
VI. Periodificaciones a corto plazo	49	49
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	360.085	358.160

GRUPO MERCASA

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

(MILES DE EUROS)

	2016	2015
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	21.593	21.982
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	-	-
4. Aprovisionamientos	-4.853	-5.110
5. Otros ingresos de explotación	381	523
6. Gastos de personal	-9.304	-9.339
7. Otros gastos de explotación	-6.531	-6.501
8. Amortización del inmovilizado.	-4.712	-4.555
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	128	118
10. Excesos de provisiones.	111	117
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-1.632	-1.707
12. Otros resultados de explotación	31	-57
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	-4.788	-4.529
13. Ingresos financieros	348	319
14. Gastos financieros	-24	-26
15. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
16. Diferencias de cambio	73	272
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-	-
A.2) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)	397	565
18. Otras partidas de Grupos Consolidados (Rtdo Soc. Puestas en Equivalencia)	11.145	12.392
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2+18)	6.754	8.428
21. Impuestos sobre Beneficios	-97	855
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3+21)	6.657	9.283
A.5). RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A4+22)	6.657	9.283
Resultado atribuido a la sociedad dominante	6.111	8.783
Resultado atribuido a socios externos	546	500

GRUPO MERCASA

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS

CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y 2015

(MILES DE EUROS)

	2016	2015
A) Resultado consolidado del ejercicio	6.657	9.283
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	1.082	1.511
IV. Por ganancias y pérdidas actuariales y otros ajustes	-	-
V. Diferencias de conversión	19	17
VI. Efecto impositivo	-244	-149
B) Total ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto consolidado (I+II+III+IV+V+VI)	857	1.379
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	-809	-736
X. Diferencia de conversión	-	-
XI. Efecto impositivo	119	168
C) Total transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada (VI+VII+VIII+IX+X+XI)	-690	-568
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS (A+B+C)	6.824	10.094
Total Ingresos y Gastos atribuidos a la sociedad dominante	6.278	9.594
Total Ingresos y Gastos atribuidos a socios externos	546	500

GRUPO MERCASA

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y 2015 (MILES DE EUROS)

	Capital		Reservas y resultado ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio atribuido a la soc. dominante	
	Escriturado	Resto			
Al 31 de diciembre de 2014	153.942	-	42.082	8.661	
Ajuste por errores ejercicios 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	
Ajuste por errores ejercicios anteriores	-	-	-	-	
Al 1 de enero de 2016	153.942	-	47.920	8.783	
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos	-	-	-	6.111	
II. Operaciones con socios o propietarios	-	-	-	-1.380	
1. Aumentos (reducciones) de capital	-	-	-	-	
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	-	-	-	-	
3. Distribución de dividendos	-	-	-	-1.380	
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos	-	-	-	-	
III. Otras variaciones del patrimonio neto	-	-	870	-7.403	
Al 31 de diciembre de 2016	153.942	-	48.790	6.111	

	Reservas Sociedades Consolidadas	Subvenciones donaciones y legados recibidos	Socios externos	Ajustes por Cambio de Valor	TOTAL
	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
	-	-	-	-	-
	108.746	13.342	12.181	146	345.060
	-	148	546	19	6.824
	-	-	-495	-	-1.875
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-495	-	-1.875
	-	-	-	-	-
	6.338	-	-32	-	-227
	115.084	13.490	12.200	165	349.782

GRUPO MERCASA

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO
EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y 2015 (MILES DE EUROS)

	2016	2015
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	10.608	8.540
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos	6.754	8.428
2. Ajustes del resultado	-4.691	-5.925
a) Amortización del inmovilizado (+)	4.712	4.555
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-)	528	940
c) Variación de provisiones (+/-)	-110	-147
d) Imputación de subvenciones (-)	-128	-118
e) Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	1.632	1.707
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)	-	-
g) Ingresos financieros (+/-)	-348	-319
h) Gastos financieros (+)	24	26
i) Diferencias de cambio (+/-)	-73	-272
j) Variación de valor razonable de instrumentos financieros (+/-)	-	-
k) Otros ingresos y gastos (-/+)	217	95
l) Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia – neto de dividendos (+/-)	-11.145	-12.392
3. Cambios en el capital corriente	-1.320	632
a) Existencias (+/-)	-14	18
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)	-512	9
c) Otros activos corrientes (+/-)	-73	20
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)	-850	543
e) Otros pasivos corrientes (+/-)	35	-14
f) Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)	94	56
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	9.865	5.405
a) Pagos de intereses (-)	-2	-6
b) Cobros de dividendos (+)	8.931	4.834
c) Cobros de intereses (+)	478	394

	2016	2015
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)	631	81
e) Otros pagos (cobros) (-/+)	-173	102
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1+/-2+/-3+/-4)	10.608	8.540
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-9.944	-2.349
6. Pagos de inversiones (-)	-51.218	-31.194
a) Empresas grupo (SEPI)	-50.006	-28.337
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	-	-
d) Inmovilizado intangible	-173	-111
e) Inmovilizado material	-948	-2.512
f) Inversiones inmobiliarias	-91	-181
g) Otros activos financieros	-	-53
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-
7. Cobros por desinversiones (+)	41.274	28.845
a) Empresas grupo (SEPI)	40.903	28.451
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	330	353
d) Inmovilizado intangible	15	-
e) Inmovilizado material	-	-
f) Inversiones inmobiliarias	-	-
g) Otros activos financieros	26	41
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	-9.944	-2.349

GRUPO MERCASA

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO TERMINADO
EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y 2015 (MILES DE EUROS)

	2016	2015
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-4.149	-700
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio	326	-
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 (+)	326	-
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-222	-134
a) Emisión:	-	28
1. Obligaciones y otros valores negociables (+)	-	-
2. Deudas con entidades de crédito (+)	-	-
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+)	-	-
4. Otras deudas (+)	-	28
b) Devolución y amortización de:	-222	-162
1. Obligaciones y otros valores negociables (-)	-	-
2. Deudas con entidades de crédito (-)	-6	-6
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-)	-176	-156
4. Otras deudas (-)	-40	-
11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-4.253	-566
a) Dividendos (-)	-4.253	-566
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-)	-	-
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9+/-10-11)	-4.149	-700
D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio	19	17
E) AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5+/-8+/-12+/-D)	-3.466	5.508
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	15.618	10.110
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	12.152	15.618

Información corporativa

The background of the page features a series of overlapping geometric shapes in two shades of green: a medium sea green and a darker teal. These shapes include horizontal bars, a large rounded rectangle, and several diagonal stripes that create a sense of depth and movement. The text 'Información corporativa' is positioned in the upper right area, set against the medium green background.



Consejo de Administración de Mercasa

PRESIDENTE: David Martínez Fontano

VICEPRESIDENTE 1º: Antonio Carpintero Saiz

VICEPRESIDENTE 2º: Carmen Cardeno Pardo

VOCALES: Jose Miguel Herrero Velasco
Isabel Encinas González
Baltasar Balbuena Rodriguez
Regina Sancha Rodríguez
Jose de Guadalfajara Cembrano
Juan José Otamendi García-Jalón
Aurora de Blas Carbonero
Álvaro Casillas Pérez
Concepción Sánchez Trujillano

SECRETARIA Y LETRADA ASESORA: Macarena Olona Choclán

Composición Consejo de Administración en julio de 2017

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 2016

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%
Mercagalicia	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	40,78%
Mercavalencia	48,83%
Mercazaragoza	48,80%

Red de Mercas

Mercalgeciras

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

Mercalicante

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

Mercasturias

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

Mercabadajoz

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

Mercabarna

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

Mercabilbao

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

Mercacórdoba

Avenida de las Lonjas, s/n
14010 Córdoba
Tel.: 957 751 705
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
mercagalicia@gmail.com
www.mercagalicia.com

Mercagranada

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

Mercairuña

Polígono Agustinos Calle A, 5
31013 Pamplona
Tel.: 948 303 615
info@mercairuna.es
www.mercairuna.es

Mercajerez

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

Mercalaspalmas

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

Mercaleón

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

Mercamadrid

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

Mercamálaga

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

Mercamurcia

Avda. Mercamurcia, 18
30120 El Palmar (Murcia)
Tel.: 968 869 130
mercamurcia@mercamurcia.es
www.mercamurcia.es

Mercapalma

Cardenal Rosell, 182, Coll d'en Rebassa
07007 Palma de Mallorca
Tel.: 971 745 140
mercapalma@mercapalma.es
www.mercapalma.es

Mercasalamanca

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

Mercasantander

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

Mercasevilla

Autovía Sevilla-Málaga, Km. 1
Polígono Subsistencias
41020 Sevilla
Tel.: 955 998 190
secdirec@mercasevilla.com
www.mercasevilla.com

Mercatenerife

Polígono Industrial Mayorazgo, sector 2
38110 Santa Cruz de Tenerife
Tel.: 922 222 740
mercatenerife@mercatenerife.es
www.mercatenerife.com

Mercavalencia

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

Mercazaragoza

Carretera de Cogullada, nº 65
50014 Zaragoza
Tel.: 976 464 180
mz@mercazaragoza.es
www.mercazaragoza.es

Red de Centros Comerciales de Mercasa

Arrecife

Avenida Medular, s/n
35500 Arrecife (Lanzarote)
Tel.: 928 815 260
ccarrecife@mercasa.es
www.centrocomercialarrecife.com

Centro Comercial La Plaza

C/ Antonio Cuéllar Grajera, s/n (B° Pardaleras)
06003 Badajoz
Tel.: 924 207 054
cclaplazaba@mercasa.es
www.centrocomerciallaplaza.com

El Centre de La Vila

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

Centro Comercial Opción

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

Getafe-3

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

La Asunción

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

La Máquina

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

Los Cipreses

Avenida de los Cipreses, s/n
37004 Salamanca
Tel.: 923 258 086
ccloscipreses@mercasa.es
www.centrocomercialloscipreses.com

S'Escorxador

Avenida de la Emperatriz Eugenia, s/n
07010 Palma de Mallorca
Tel.: 971 750 604
ccescorxador@mercasa.es
www.centrocomercialescorxador.com



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

