



Carta del Presidente

MERCASA | Informe anual 2010

Carta del Presidente



Ignacio Cruz Roche.

En este *Informe anual* se presentan los resultados económico-financieros y de gestión de la empresa, junto a los resultados agregados y consolidados del grupo de sociedades en las que participa Mercasa, singularmente a través de las 23 Unidades Alimentarias de la Red de Mercas.

Los resultados de Mercasa en 2010 han sido de 6,4 millones de euros antes de impuestos (5,4 millones de euros en el ejercicio 2009), lo que supone un incremento del 17,6%, con una facturación por la totalidad de las líneas de negocio de 23,4 millones de euros (21,8 millones de euros en 2009).

El beneficio neto de explotación en 2010 asciende a 4,9 millones de euros (4,6 millones de euros en 2009), que representa un 21,07% sobre la cifra de negocios (21,12% en el ejercicio 2009), mientras que el resultado financiero

alcanzó el 6,05% (3,67% en 2009); siendo, en consecuencia, el margen financiero del 25,34% (24,80% en 2009). Estos indicadores determinan que las líneas de negocio de explotación de la compañía son las que generan fundamentalmente el resultado de la sociedad, siendo menos significativa la aportación financiera, la cual en 2010 se vio influida positivamente debido a la aplicación de provisiones de participaciones accionariales en sociedades participadas.

Con un poco más de perspectiva, estos resultados consolidan y refuerzan la fase de crecimiento que se inició en 2004, cuando se alcanzó un resultado de 1,4 millones de euros, hasta superar los 6 millones de euros en 2010. Un crecimiento que está sustentado principalmente en la actividad de asistencia técnica internacional. De igual modo, desde el punto de vista de la cifra de negocios de la compañía, se observa que ésta se ha duplicado en los últimos quince años, pasando de 11,6 millones de euros en 1996 a 23,4 millones de euros en 2010.

El impacto de la evolución del entorno, con una caída del consumo en 2010, ha afectado a las diferentes líneas de negocio, manteniéndose una estabilidad en los márgenes de contribución aportados por las Mercas. La línea de negocio de centros comerciales ha sufrido una leve caída respecto a 2009, explicada fundamentalmente por un descenso en los niveles de actividad.

La asistencia técnica nacional, dependiente de encargos del sector público y especialmente ayuntamientos, se ha contraído como consecuencia de las restricciones presupuestarias, sin embargo los márgenes brutos en esta línea se han incrementado respecto a 2009 como consecuencia de una importante contención de costes.

La caída en el nivel de actividad en la asistencia técnica nacional se ve más que compensada por un crecimiento significativo de la actividad de asistencia técnica internacional, en línea con lo acontecido en 2008 y 2009. Los

niveles de actividad en el área de internacional, medidos desde el punto de vista de la cifra de negocios, se han incrementado un 50% respecto a 2009. Este incremento tan significativo en los niveles de actividad se debe al inicio de las actuaciones realizadas en Panamá.

Los principales indicadores económico-financieros del balance correspondiente a 2010 muestran que Mercasa generó en el ejercicio un cash-flow proveniente de las actividades de explotación de 3,8 millones de euros y un cash-flow proveniente de las actividades de inversión de 2,2 millones de euros, lo que ha permitido retribuir a sus accionistas por una cuantía de 4,6 millones de euros, devolver deuda por una cuantía de 0,1 millones de euros y obtener un incremento de efectivo por 1,3 millones de euros. Además generó un EBITDA de 8,4 millones de euros [8,2 millones de euros en 2009].

La rentabilidad financiera fue en 2010 del 3,6% sobre el patrimonio neto (3,1% en 2009) y la rentabilidad económica del 2,6% sobre el activo total (2,5% en 2009).

Estos resultados refuerzan la continuada mejora de la gestión interna, donde se han seguido disminuyendo los costes de explotación e incrementado los ingresos de las actividades ordinarias. Además, Mercasa mantiene una fuerte solidez económica, con un bajo índice de endeudamiento.

La actividad comercial mayorista en las 23 Unidades Alimentarias de la Red de Mercas alcanzó en 2010 un valor total superior a 10.000 millones de euros, correspondientes a un volumen de comercialización de 6,1 millones de toneladas de alimentos perecederos: frutas, hortalizas, pescados, mariscos y carnes. Por familia de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2010 ascendieron a unos 5 millones de toneladas, una cifra similar a la de 2009, alcanzando un valor de casi 4.600 millones de euros, en torno a un 3,8% por encima del año anterior.

Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros ascendieron por encima de las 725.000 toneladas en 2010, un 4% más que en 2009, por el mayor impulso de las mismas en las instalaciones de ZAC. En su conjunto, el valor de las ventas superó los 4.350 millones de euros.

En el caso de las carnes, durante 2010, la comercialización en la Red de Mercas fue de 410.000 toneladas, con un valor de 1.145 millones de euros.

Estos datos de volumen y valor incluyen la actividad correspondiente a los Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, y de Pescados; a los Mataderos y Centros Cárnicos que funcionan en varias Mercas y a las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC) con que cuentan todas las Unidades Alimentarias.

A este respecto, cabe destacar que la actividad comercial en las Mercas presenta durante los últimos años una moderada tendencia a la baja en las ventas realizadas dentro de los mercados mayoristas, frente a una evolución creciente de la comercialización realizada por las empresas ubicadas en las ZAC.

Mercasa mantiene en los últimos ejercicios una orientación estratégica muy activa para reforzar la vertebración de la Red de Mercas, impulsando iniciativas de gestión conjunta o compartida que están generando ventajas objetivas en la calidad del servicio público que prestan las Mercas, sus indicadores de actividad y sus resultados económico-financieros.

Entre estas actuaciones estratégicas, en 2010 destacan la contratación conjunta de servicios –consumo de energía eléctrica, seguros, seguridad...–, la gestión compartida de los recursos publicitarios, el impulso a iniciativas como las instalaciones fotovoltaicas, la gestión de residuos, la promoción de un pool de envases reciclables o la extensión de estándares de certificación sobre calidad en procedimientos y gestión. En todos los casos se trata de acciones que contribuyen a una mejor gestión, más ingresos y ahorro de

costes de explotación, con un efecto directo en la calidad del servicio que prestan las Mercas y en sus resultados como empresas públicas.

Asimismo, para Mercasa, desde su compromiso de servicio público, es fundamental el desarrollo de actividades de responsabilidad social cada vez más respetuosas con el medio ambiente, mejorando la sostenibilidad y la eficiencia, desde el convencimiento de que una Merca sostenible es también una Merca más rentable.

En relación con la eficiencia energética, la mayoría de las Mercas están enfocando este tema hacia la realización de auditorías energéticas, implementación y mejora de los sistemas de recogida selectiva, selección y gestión de residuos orgánicos, acciones de producción de energía renovable, disminución de consumo de electricidad y agua, disminución del gasto energético y acciones de ahorro, campañas de formación, información y sensibilización e instalación de puntos verdes.

En 14 Mercas se utilizan ya las cubiertas de los Mercados Centrales para la instalación de placas fotovoltaicas. El aprovechamiento de las cubiertas lleva implícita la disminución de consumo de combustibles fósiles, la reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera, así como la obtención de ingresos por el arrendamiento y la compensación de las necesidades energéticas de cada Merca.

En la mayoría de las Unidades Alimentarias se realizan actuaciones destinadas a potenciar los hábitos saludables de consumo en la población infantil, en las que a lo largo de 2010 participaron más de 15.000 escolares.

También en el ámbito de la responsabilidad social, en la Red de Mercas se destinan más de 5.000 m² de instalaciones para la actividad de los Bancos de Alimentos, con más de 10.000 toneladas de alimentos distribuidas en 2010.

En cuanto a la Red de Centros Comerciales de Mercasa, que prestan un servicio público de comercio de proximidad, cabe resaltar que en 2010 la comercialización de locales mantuvo un nivel de ocupación muy alto, con un 96% de la superficie bruta alquilable ocupada. Un logro muy destacable en un año difícil para el sector.

Durante 2010 se realizó un esfuerzo inversor significativo en el proyecto de ampliación y remodelación del Centro Comercial Abierto Arrecife, que concluirá en 2011. Las actuaciones de ampliación e impulso comercial consisten en la peatonalización y transformación de las calles anexas, abriendo nuevos locales comerciales, así como creando nuevos equipamientos comerciales ajardinados, un parking subterráneo y un mercado minorista, hasta la fecha inexistente en la ciudad. La adquisición de los bajos comerciales perimetrales ha permitido, además de ampliar la superficie comercial, crear una imagen armonizada del área peatonal, el mercado y el centro actual, todo ello con el logotipo del Centro Comercial Abierto de Arrecife y con una de gestión única de Mercasa.

Los servicios de asistencia técnica que presta Mercasa a la cadena alimentaria, dentro y fuera de España, para impulsar estructuras y formatos comerciales avanzados tanto mayoristas como minoristas, sigue ganando protagonismo en la actividad y los resultados de la empresa. En el balance de 2010 cabe resaltar dos hechos especialmente relevantes:

- El convenio de Mercasa con el Ayuntamiento de Zaragoza para la construcción de Mercados Municipales Minoristas en los nuevos barrios de la ciudad, que ha permitido ya la puesta en marcha de un primer proyecto, centrado en el Mercado de Valdespartera, que se está construyendo en 2011, y el diseño de un segundo desarrollo, en el Mercado de Parque Venecia, en fase de estudio.
- El encargo del Gobierno de Panamá a Mercasa para

modernizar sus estructuras comerciales mayoristas y detallistas de distribución alimentaria. El trabajo de Mercasa se concreta en el estudio de dimensionamiento, la redacción del proyecto de ejecución y el asesoramiento y formación para la implantación de una plataforma de distribución mayorista y siete mercados minoristas ubicados en distintas localidades de Panamá; así como el seguimiento y apoyo a la gerencia posterior a la construcción de los mercados, imprescindible para su puesta en marcha.

En el terreno internacional, Mercasa, en colaboración con Mercapalma y con el Ayuntamiento de Palma de Mallorca, acogió en septiembre de 2010 la Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, en la que participaron más de 200 profesionales, gestores y responsables institucionales de mercados mayoristas de 30 países. Esta conferencia ha impulsado los grandes debates sobre el futuro de los mercados mayoristas, centrados en la necesidad de definir la respuesta ante el nuevo escenario económico internacional, asumir la gestión medioambiental como responsabilidad y oportunidad de negocio, y contemplar como un reto la contribución de los mercados mayoristas a unos hábitos alimentarios saludables.

El resumen de las actividades de Mercasa en 2010 vuelve a incluir también, como en ejercicios anteriores, el refuerzo de nuestra contribución a mejorar la transparencia, la competencia y la eficiencia en los mercados alimentarios, a través del seguimiento y la información puntual sobre la comercialización y la evolución de los precios.

Mercasa continúa participando en la elaboración de un conjunto de indicadores económicos, incluido un sistema de información sobre los precios en los distintos escalones y mercados intermedios de los canales de distribución, con la difusión de los precios de contratación diarios en los mercados mayoristas, a través de la página web de Mercasa.

Asimismo, con idéntico objetivo, Mercasa aporta la información sobre precios en el comercio mayorista de alimentos frescos, a partir de la cual se elabora el Índice de Tendencia de Márgenes Comerciales de los Productos de Alimentación en Fresco. Y por encargo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Mercasa sigue participando en el Observatorio de Precios del Comercio Minorista mediante la realización de estudios trimestrales de precios en productos de alimentación y gran consumo por ciudades, enseñas y formatos comerciales, publicando análisis comparativos de los niveles de precios de cestas tipo de la compra que permitan a los consumidores tener mejor información sobre los precios.

Por último, quiero hacer una mención especial al conjunto de trabajadores y trabajadoras de Mercasa. La gestión de recursos humanos de la empresa se ha caracterizado en los últimos años por un constante incremento de la plantilla, con un rejuvenecimiento importante, un aumento también significativo del número de mujeres y un crecimiento de la productividad. Todo ello, acompañado de un mayor esfuerzo en formación y de un objetivo permanente de mejora en los criterios de responsabilidad social, favorecer la igualdad y facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral.

El compromiso de toda la plantilla con el servicio público que presta la empresa es cada vez mayor, contribuyendo así de manera decisiva al cumplimiento de los objetivos estratégicos que tenemos encomendados y a la mejora de resultados en todos los órdenes, de actividad y económico-financieros.

Ignacio Cruz Roche
Presidente de Mercasa
Madrid, mayo de 2011

The background of the entire page is a close-up photograph of several hazelnuts. The nuts are arranged in a cluster, with some in sharp focus and others blurred in the background. They have a warm, golden-brown color and a smooth, ribbed texture. The lighting is soft, highlighting the natural curves and ridges of the shells.

Entorno económico y sectorial

MERCASA | Informe anual 2010

La economía mundial en 2010

Durante el año 2010, la recuperación de la economía fue consolidándose, aunque se mantienen divergencias en cuanto a los patrones de crecimiento entre países y regiones. Las economías más avanzadas conjugan el saneamiento de los balances del sector privado con la debilidad del mercado laboral, mientras que las economías emergentes abordan el alza de los precios del petróleo y del resto de materias primas respaldadas por una demanda interna sólida y un volumen creciente de la inversión en capital fijo.

En la eurozona, el Producto Interior Bruto (PIB) se incrementó un 1,7% en 2010, con una contribución especialmente positiva de la demanda exterior. El consumo privado ha recuperado la mayor parte de las pérdidas que se produjeron durante la recesión, aunque todavía aparece condicionado por la inestabilidad del mercado de trabajo, el descenso de la riqueza o el endurecimiento de las condiciones de concesión de préstamos. El consumo público de la eurozona se ha moderado como consecuencia de los esfuerzos de consolidación fiscal. Al mismo tiempo, la situación del mercado laboral se ha estabilizado y, tras el deterioro observado en 2009, el crecimiento del empleo y la tasa de paro han sido bastante estables desde comienzos de año.

La economía de Estados Unidos creció un 2,8% en 2010, contando con importantes estímulos gubernamentales. La reducción de la tasa de ahorro ha ido acompañada de un aumento notable en la demanda interna que permite plantear una recuperación autosostenida. La expansión observada en el cuarto trimestre del año supone un crecimiento del gasto en consumo y una contribución positiva del comercio (crecimiento de las exportaciones y minoración de las importaciones).

El PIB real de la economía japonesa creció un 3,9% en 2010 apoyándose en las medidas de estímulo fiscal y en la demanda exterior (principalmente de las economías emergentes asiáticas). Sin embargo, la demanda interior ha acusado el final de los incentivos públicos y, por ejemplo, las ventas al por menor han experimentado descensos durante varios meses. Por otra parte, mientras mejoraban las tasas

de empleo, subsiste y no desaparece la posibilidad de deflación sobre la economía nipona.

Por último, la expansión de la economía china se mantuvo en 2010 a pesar de los riesgos de sobrecalentamiento (inflación del 3,3% que superaba las previsiones). El PIB real creció a una tasa interanual del 10,3% apoyándose en la inversión y en las favorables condiciones de la demanda exterior. La subida de precios intentó mitigarse con una política monetaria restrictiva apoyada en subidas de los tipos de interés, aumentos del coeficiente de caja a los bancos y tasas administrativas para encarecer el coste de los préstamos hipotecarios.

La economía española en 2010

El Producto Interior Bruto (PIB) cayó en España un -0,1% en 2010, mostrando una progresiva recuperación de la economía a pesar de continuar en niveles inferiores a su potencial y avanzar a un ritmo más lento que el conjunto de países de la zona euro.

El consumo de los hogares aumentó un 1,3%, fundamentalmente por el comportamiento positivo de los bienes no duraderos y los servicios. Por lo que respecta a la inversión, el avance en la partida de bienes de equipo (1,9%) resultó insuficiente para compensar el retroceso en la construcción (-11,1%).

La evolución favorable de la demanda externa fue el motor de progreso de la economía española durante los últimos meses de 2010. Tanto las exportaciones como las importaciones aumentaron su crecimiento (10,5% y 5,3%, respectivamente) y, por tanto, el sector exterior sirvió para compensar el descenso de la actividad interna. También ha contribuido la evolución favorable del sector turístico, que ha revertido la tendencia negativa experimentada durante los dos últimos años.

En el mercado laboral, según la Encuesta de Población Activa (EPA), el número de ocupados se situó en 18.408.200



durante el cuarto trimestre de 2010. A pesar de la falta de dinamismo observada en el mercado de trabajo durante los últimos meses, existen diferencias notables entre colectivos, sectores y regiones. Por ejemplo, la ocupación fue más favorable para las mujeres que para los hombres y destaca, al mismo tiempo, la elevada tasa de desempleo juvenil. El incremento de ocupados en agricultura e industria no ha sido suficiente para compensar la disminución de empleo en los servicios y la construcción. Finalmente, País Vasco y Comunidad Valenciana fueron las comunidades autónomas que no presentaron subidas en los niveles de desempleo durante los últimos doce meses.

Evolución de los precios

Durante 2010, el Índice de Precios al Consumo (IPC) aumentó un 3,0%, siendo la tasa más elevada desde octubre de 2008. Los grupos de gasto que más crecieron fueron transporte (9,2%), bebidas alcohólicas y tabaco (15,2%), vivienda (5,7%) y alimentos y bebidas no alcohólicas (0,7%). Por el

contrario, hubo tres grupos que experimentaron descensos: medicina (-1,2%), comunicaciones (-0,7%) y ocio y cultura (-1,1%).

En 2010, los productos de alimentación sin elaboración tuvieron una variación de precios similar a la registrada en los precios de los productos de alimentación elaborados (2,6% en ambos casos). El comportamiento de este año difiere de los anteriores porque, por ejemplo, durante los dos últimos ejercicios los precios de los alimentos sin elaborar habían tenido una variación inferior (en 2009, -3,1% frente al 0,7%).

Entre los productos de alimentación destaca la elevación generalizada de precios en casi todos los bienes; en 2010, solamente disminuyeron sus precios el pan (-0,1%), la carne de ovino (-5,7%), los huevos (-1,5%), la leche (-2,6%), los aceites y grasas (-6,6%), las frutas en conserva y frutos secos (-0,3%), el azúcar (-9,5%) y el agua mineral, refrescos y zumos (-1,9%). Durante este año aumentaron los precios de casi todos los grupos de alimentos, aunque no de forma considerable puesto que casi ningún incremento sobrepasa el 2%; destaca, por ejemplo, la subida en partidas como crustáceos, moluscos y preparados de pescado (4,9%), legumbres y hortalizas frescas (7,0%) y patatas y sus preparados (17,5%).



Índice de precios al consumo de alimentación (base 2006)

	Variación de las medias anuales (%)		Variación acumulada (%)
	2009	2010	2002-2010
Cereales y derivados	1,9	0,3	23,8
Pan	0,0	-0,1	45,0
Carne de vacuno	1,7	1,0	40,3
Carne de ovino	1,9	-5,7	21,9
Carne de porcino	-3,8	0,2	6,5
Carne de ave	-1,9	1,0	27,2
Otras carnes	0,6	0,3	18,1
Pescado fresco y congelado	-4,6	1,4	21,0
Crustáceos, moluscos y preparados de pescado	-0,7	4,9	26,1
Huevos	1,2	-1,5	36,0
Leche	-8,2	-2,6	29,7
Productos lácteos	-1,4	0,2	21,5
Aceites y grasas	-11,4	-6,6	34,7
Frutas frescas	0,3	1,8	46,5
Frutas en conserva y frutos secos	0,4	-0,3	39,1
Legumbres y hortalizas frescas	2,1	7,0	49,2
Preparados de legumbres y hortalizas	0,4	0,1	23,1
Patatas y sus preparados	-7,0	17,5	46,9
Café, cacao e infusiones	1,3	1,5	24,0
Azúcar	-6,9	-9,5	-12,3
Otros preparados alimenticios	1,9	0,1	25,9
Agua mineral, refrescos y zumos	3,0	-1,9	19,9
Bebidas alcohólicas	2,0	0,2	18,4
Tabaco	11,7	20,8	69,7

Fuente: INE (2011).

Evolución del consumo y del gasto en alimentación (hogares + extradoméstico) 2009-2010

	Consumo	Gasto
INCREMENTO > 2%	Otras leches {6,3%} Derivados lácteos {4,3%} Arroz {2,8%} Pastas alimenticias {3,1%} Patatas congeladas {14,4%} Frutas y hortalizas transformadas {5,6%} Platos preparados {5,1%} Salsas {4,3%} Zumos {8,3%}	Otras leches {13,6%} Patatas congeladas {4,9%} Frutas y hortalizas transformadas {2,3%} Platos preparados {3,9%} Salsas {5,8%} Zumos {2,3%}
DISMINUCIÓN > 2%	Huevos {-5,3%} Pesca {-6,8%} Pan {-7,6%} Cafés e infusiones {-3,6%} Azúcar {-7,3%} Aceite de girasol {-2,1%} Patatas frescas {-6,4%} Patatas procesadas {-2,1%} Verduras y hortalizas frescas {-5,1%} Vinos cprd {-2,7%} Vino de mesa {-3,9%} Espumosos y cavas {-11,5%} Otros vinos {-12,3%} Cerveza {-4,5%} Bebidas espirituosas {-3,1%} Agua mineral {-4,6%}	Huevos {-7,8%} Carne {-3,3%} Pesca {-7,2%} Leche líquida {-4,9%} Pan {-8,9%} Azúcar {-7,0%} Legumbres {-7,3%} Aceite de oliva {-2,7%} Aceite de girasol {-4,5%} Patatas procesadas {-3,0%} Vinos cprd {-3,4%} Vino de mesa {-5,7%} Espumosos y cavas {-15,6%} Otros vinos {-17,0%} Cerveza {-2,6%} Bebidas espirituosas {-3,9%} Zumos {-9,8%} Agua mineral {-3,3%}

Fuente: Elaboración propia con datos del MARM (2011).

Consumo alimentario en 2010

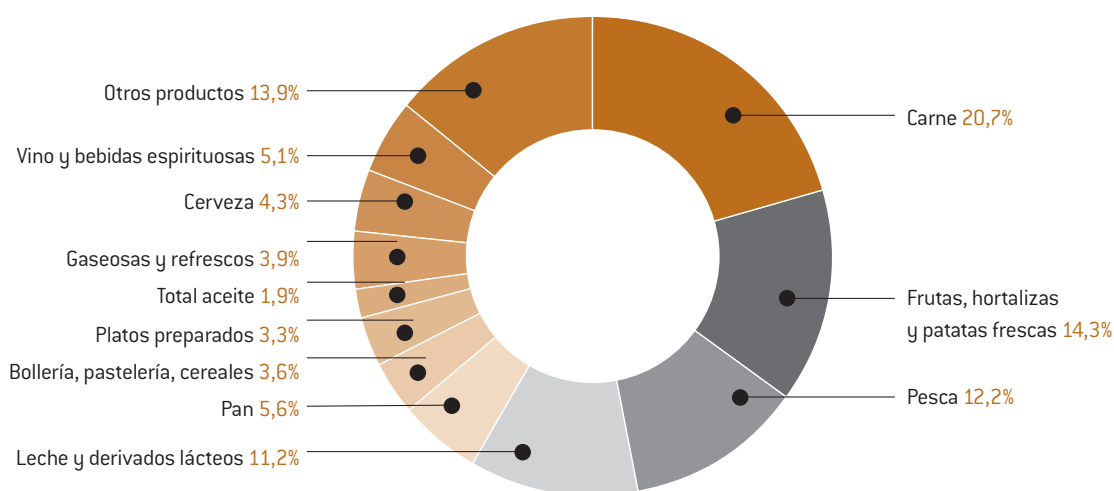
Conforme a la información aportada por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), a través de los Paneles de Consumo Alimentario, el gasto total en alimentación y bebidas ascendió en 2010 a 88.061,7 millones de euros. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 67.086,2 millones de euros –un 76,2%–, los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 18.504,9 millones de euros –un 21,0%–, mientras que el consumo institucional de alimentos y

bebidas fue de 2.470,5 millones de euros, un 2,8% sobre el gasto total.

En 2010, el gasto alimentario se redujo un 2,8% con respecto al año anterior, siendo más significativo este descenso en instituciones (-4,9%) y establecimientos de hostelería y restauración (-4,3%) que en los hogares (-2,3%).

En la demanda de alimentación de los consumidores españoles priman los productos frescos; así pues, la carne supone un 20,7% sobre el gasto total, las patatas, frutas y hortalizas frescas un 14,3%, los pescados un 12,2% y el gasto en pan alcanza el 5,6%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,2% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (3,6%), el aceite de oliva (1,4%) o los platos preparados (3,3%).

Distribución del gasto total en alimentación (hogares + extradoméstico) en 2010



Fuente: MARM (2011).

Consumo alimentario (hogares + extradoméstico) en 2010

	Consumo (millones de kilos o litros)			Total
	Hogares	Restauración	Instituciones y colectividades	
Huevos	378,5	83,6	17,8	479,8
Carne	2.432,0	406,4	105,1	2.943,4
Pesca	1.254,0	234,4	64,4	1.552,8
Leche líquida	3.527,5	373,8	124,0	4.025,3
Total otras leches	32,7	3,4	1,7	37,7
Derivados lácteos	1.603,1	197,1	68,7	1.868,9
Pan	1.668,8	311,7	91,6	2.072,1
Bollería, pastelería, galletas y cereales	601,1	70,3	25,4	696,8
Chocolates, cacao y sucedáneos	150,5	6,7	3,0	160,3
Cafés e infusiones	76,7	58,5	4,1	139,3
Arroz	177,2	19,6	12,8	209,6
Pastas	173,9	23,5	14,5	211,9
Azúcar	185,1	48,8	10,6	244,4
Legumbres	147,3	13,2	12,1	172,5
Aceites	621,2	170,6	31,0	822,8
Aceite de oliva	446,3	40,4	9,6	496,3
Aceite de girasol	161,0	89,9	18,9	269,7
Margarina	37,0	4,1	1,5	42,7
Patatas frescas	1.072,8	198,0	72,4	1.343,2
Patatas congeladas	44,3	207,3	13,1	264,7
Patatas procesadas	58,1	5,4	2,3	65,8
Verduras y hortalizas frescas	2.781,0	276,4	110,4	3.167,8
Frutas frescas	4.694,9	198,5	108,1	5.001,4
Aceitunas	103,6	26,4	2,1	132,0
Frutos secos	130,5	16,2	1,4	148,2
Frutas y hortalizas transformadas	629,9	134,6	52,1	816,5
Platos preparados	543,1	129,9	36,3	709,3
Salsas	100,0	114,6	14,9	229,5
Vinos cprd tranquilos	141,9	145,7	0,8	288,4
Vino de mesa	217,0	126,3	4,3	347,6
Espumosos y cavas	26,2	9,4	0,3	35,9
Otros vinos	34,3	12,7	2,3	49,4
Cervezas	761,4	1.450,2	19,7	2.231,3
Bebidas espirituosas	46,7	146,9	1,2	194,7
Zumos	573,7	81,3	31,4	686,5
Agua mineral	2.430,9	777,4	102,2	3.310,5
Gaseosas y bebidas refrescantes	1.899,0	998,9	39,0	2.936,9
Otros productos en peso *	450,4	36,7	7,2	494,3
Otros productos en volumen **	251,5	15,6	2,8	270,0
Total alimentación	30.490,7	7.197,0	1.230,3	38.918,1

* Otros productos en peso: especias, condimentos, levadura, sal, edulcorantes, confitería, otras grasas animales y vegetales, harina, sémola, miel, etc.

** Otros en volumen: horchata, leche de distinta especie a la de vaca, leche de almendra, leche de avellana, vinagre, caldos, sidras, etc.

Fuente: MARM (2011).

Gasto alimentario (hogares + extradoméstico) en 2010

	Gasto (millones de euros)			Total
	Hogares	Restauración	Instituciones y colectividades	
Huevos	744,9	131,4	34,4	910,7
Carne	15.527,8	2.245,2	494,4	18.267,4
Pesca	8.750,4	1.675,9	319,7	10.746,1
Leche líquida	2.460,7	288,5	92,8	2.842,0
Total otras leches	246,5	10,5	7,3	264,3
Derivados lácteos	5.630,4	924,1	217,3	6.771,8
Pan	3.904,9	813,8	199,8	4.918,5
Bollería, pastelería, galletas y cereales	2.702,0	408,4	89,9	3.200,3
Chocolates, cacao y sucedáneos	924,7	54,8	20,8	1.000,3
Cafés e infusiones	763,0	709,5	43,0	1.515,5
Arroz	241,2	27,1	14,2	282,6
Pastas	277,5	36,7	17,0	331,1
Azúcar	152,9	82,1	15,0	250,0
Legumbres	216,7	19,7	16,2	252,6
Aceites	1.300,3	284,3	53,3	1.637,9
Aceite de oliva	1.120,1	113,1	27,2	1.260,4
Aceite de girasol	159,0	103,7	21,9	284,6
Margarina	124,6	11,7	4,9	141,3
Patatas frescas	691,4	101,6	41,4	834,4
Patatas congeladas	50,5	217,4	14,8	282,6
Patatas procesadas	276,6	42,0	9,9	328,5
Verduras y hortalizas frescas	4.612,2	384,4	144,4	5.141,1
Frutas frescas	6.262,3	230,4	125,0	6.617,6
Aceitunas	292,4	70,3	5,3	368,0
Frutos secos	782,9	96,2	10,7	889,7
Frutas y hortalizas transformadas	1.276,8	219,0	78,6	1.574,4
Platos preparados	2.164,3	606,9	114,6	2.885,7
Salsas	337,6	297,9	25,9	661,5
Vinos cprd tranquilos	529,4	827,5	3,3	1.360,2
Vino de mesa	231,1	213,8	5,7	450,6
Espumosos y cavas	136,2	68,4	1,6	206,2
Otros vinos	130,5	54,3	9,6	194,4
Cervezas	897,4	2.912,1	30,6	3.840,2
Bebidas espirituosas	448,3	1.835,5	12,2	2.296,0
Zumos	493,5	160,5	31,2	685,3
Agua mineral	506,2	305,6	34,8	846,6
Gaseosas y bebidas refrescantes	1.571,4	1.851,4	51,9	3.474,8
Otros productos en peso *	1.329,9	75,1	23,0	1.428,0
Otros productos en volumen **	310,8	27,5	3,5	341,8
Total alimentación	67.086,2	18.504,9	2.470,6	88.061,7

* Otros productos en peso: especias, condimentos, levadura, sal, edulcorantes, confitería, otras grasas animales y vegetales, harina, sémola, miel, etc.

** Otros en volumen: horchata, leche de distinta especie a la de vaca, leche de almendra, leche de avellana, vinagre, caldos, sidras, etc.

Fuente: MARM [2011].

Gasto y consumo per cápita en hogares

El gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar fue en 2010 de 1.460,4 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 121,7 euros.

La carne es el producto más demandado y cada consumidor gastó el año pasado 338 euros en los 52,4 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en pescado ascendió a 190,5 euros y supuso un consumo de 27,3 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. En 2010, en términos medios, cada individuo consumió 102,2 kilos de frutas frescas, 83,9 kilos de hortalizas y patatas frescas y 13,7 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo

referido supuso 136,2 euros, 115,4 euros y 27,8 euros, respectivamente.

El gasto y el consumo en leche y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona se cuantifica un consumo de 77,5 litros de leche y un gasto de casi 59 euros, mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 122,6 euros y un consumo de 37,4 kilos.

En términos medios cada persona consumió 36,3 kilos de pan, 13,1 kilos de bollería y pastelería y 11,8 kilos de platos preparados, que en términos de gasto per cápita supusieron 85 euros, 58,8 euros y 47,1 euros, respectivamente.

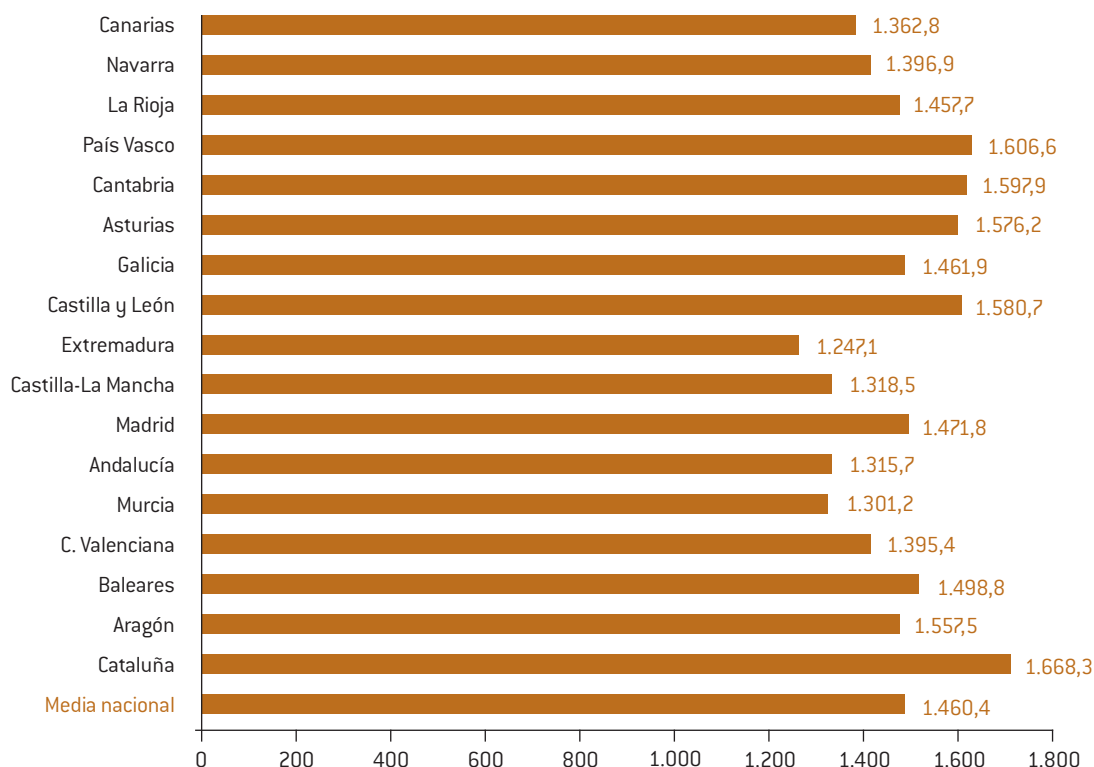
El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. En 2010 cada español consumió 9,7 litros de aceite de oliva y gastó 24,4 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 9,7 litros y supuso un gasto de 23,2 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 16,2 euros que se corresponde con los 8,2 kilos de huevos consumidos.



Diferencias territoriales

El gasto en alimentos y bebidas es dispar por comunidades autónomas. Así pues, en 2010 la media de 1.460 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en Cataluña (1.668 euros), País Vasco (1.606), Cantabria (1.597) y Castilla y León (1.580 euros), mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.247 euros), Región de Murcia (1.301 euros) y Andalucía (1.315 euros).

Gasto per cápita en alimentos y bebidas por comunidades autónomas (hogares) en 2010 (euros)



Fuente: MARM (2011).

Al mismo tiempo, el consumo per cápita de los principales grupos de alimentación también ofrece diferencias notables entre las distintas comunidades autónomas:

- En carne, el mayor consumo se localiza en Castilla y León (65,5 kilos) y el menor en Canarias (42 kilos).
- En pescado, en Cantabria se consumen 35,5 kilos, mientras que en Canarias sólo se llega a 18,8 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Cantabria (14,8 litros) y la Comunidad Valenciana (7 litros).
- Cataluña es la comunidad que más hortalizas frescas consume (75,2 kilos), mientras que Extremadura tiene los registros más reducidos (45,7 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Castilla y León (129,1 kilos), mientras que el menor está en la Región de Murcia (78,6 kilos).
- Extremadura es la comunidad que menos vino consume (5,5 litros), mientras que Cantabria alcanza los valores más elevados (13,4 litros).

Consumo per cápita de alimentos y bebidas por comunidades autónomas (hogares) en 2010

	Carne (kilos)	Pesca (kilos)	Aceite de oliva (litros)	Hortalizas frescas (kilos)	Frutas frescas (kilos)	Vino cprd (litros)
Cataluña	55,8	27,6	10,1	75,2	113,3	12,1
Aragón	62,4	29,5	9,6	74,5	108,4	9,5
Baleares	52,5	21,8	9,9	61,7	99,8	12,8
C. Valenciana	55,5	24,3	7,0	64,6	90,6	7,8
Murcia	47,1	22,9	7,7	55,3	78,6	7,4
Andalucía	47,7	25,7	9,3	56,7	91,0	7,5
Madrid	53,5	27,7	9,6	62,5	110,3	8,9
Castilla-La Mancha	55,9	27,8	7,3	50,2	94,3	6,9
Extremadura	47,9	23,7	9,3	45,7	89,2	5,5
Castilla y León	65,5	35,1	13,2	60,4	129,1	8,3
Galicia	53,0	32,0	12,1	48,8	103,8	11,1
Asturias	52,3	33,8	11,2	45,8	112,6	10,9
Cantabria	52,2	35,5	14,8	60,9	100,8	13,4
País Vasco	50,1	31,2	11,0	58,0	114,2	10,9
La Rioja	56,5	27,9	10,8	52,3	105,5	8,2
Navarra	50,4	25,8	8,6	50,3	105,4	7,4
Canarias	42,0	18,8	10,2	55,0	88,0	6,5
Media España	52,9	27,3	9,7	60,5	102,2	9,1

Fuente: MARM (2010).

Evolución del consumo por productos

Carnes: El consumo medio de carne durante 2010 fue de 52,9 kilos per cápita, y su participación sobre el gasto total se mantuvo, al igual que en los últimos años, en torno al 23%.

Productos de la pesca: Los productos de la pesca fueron el segundo grupo en cuanto a porcentaje del gasto sobre el total de la alimentación y representan el 13% del gasto, con un consumo medio de 27,3 kilos per cápita.

Leche y productos lácteos: En 2010 se contabilizó un consumo medio de 34,9 kilos per cápita de derivados lácteos y de 77,5 litros de leche —esta familia de productos supone un 12,4% del gasto total en alimentación—.

Pan, bollería y pastelería: En 2010 se consumieron casi 36,3 kilos de pan por habitante, una cifra un -3,2% inferior a la del año anterior. Por otra parte, se produjo un ligero incremento del consumo del 3,1% en bollería y pastelería, alcanzando en 2010 un consumo de 13,1 kilos por persona.

Aceite: En el grupo de aceites y grasas vegetales, en 2010, el aceite de oliva tuvo un consumo ligeramente inferior a 9,7 litros por persona. En cuanto al aceite de girasol, el consumo per cápita se cifró en 3,5 litros y supuso una disminución del -5,4% respecto a 2009. Esta familia de productos alcanza el 2% del gasto total en alimentación.

Frutas y hortalizas: El consumo de hortalizas frescas llegó en 2010 a 60,5 kilos per cápita, tras crecer un 2,7% respecto al año anterior; este grupo representa en torno al 6,9% del gasto total realizado en alimentación. En cuanto a las frutas frescas, su consumo en 2010 fue de 102,2 kilos por persona, un 6,8% mayor que en 2009 (representan el 9,3% del gasto total).

Conservas y platos preparados: En 2010 se observa un ligero incremento en el consumo de frutas y hortalizas transformadas, llegando a 13,7 kilos por persona y año. Por su parte, los platos preparados alcanzan los 11,8 kilos de consumo por persona. Esta tendencia se consolida año tras año y se debe a una serie de valores añadidos de estos productos que el consumidor aprecia; cabe señalar que el porcentaje del gasto de los platos preparados llega al 3,2% del gasto total en alimentación.

Vinos y otras bebidas: En 2010, el consumo de vino alcanzó más de 9 litros por persona. Los vinos tranquilos llegan a 3 litros per cápita, mientras que en los vinos de mesa continúa la tendencia descendente de los últimos años, cifrándose la demanda en 4,7 litros por persona.



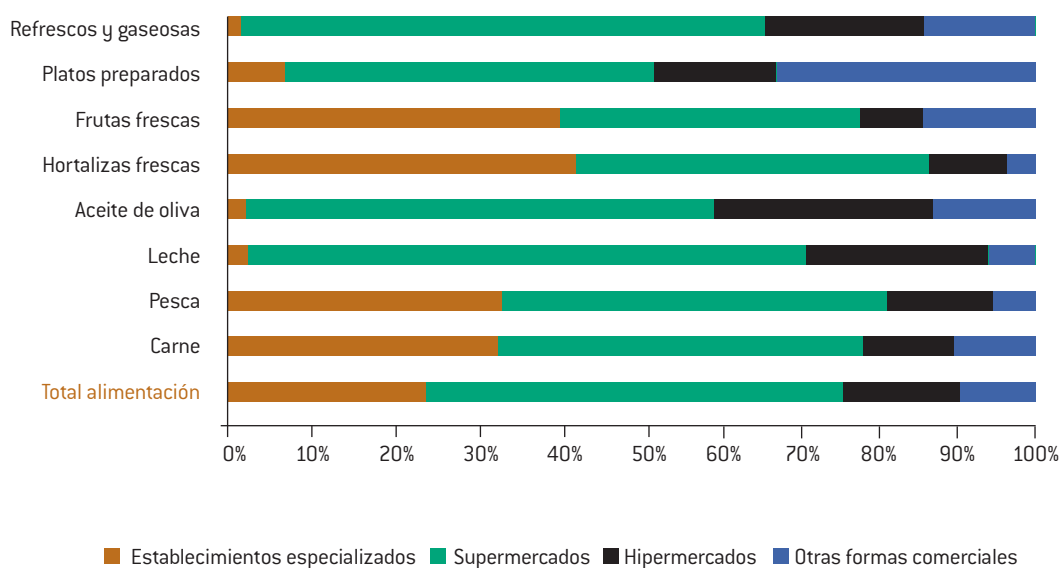
Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (51,5% de cuota de mercado en 2010) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (24,4% de cuota) que, junto al resto

de formatos, tiene una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota cercana al 14,6%.

Conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos por el comprador español (alcanza, por ejemplo, una cuota del 33,4% en la comercialización de carne o del 41,5% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de librerías se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 69% de las ventas de leche o el 58% de las ventas de aceite de oliva).

Cuotas de mercado en la distribución de alimentos y bebidas en 2010



Fuente: Elaboración propia con datos del MARM (2011).

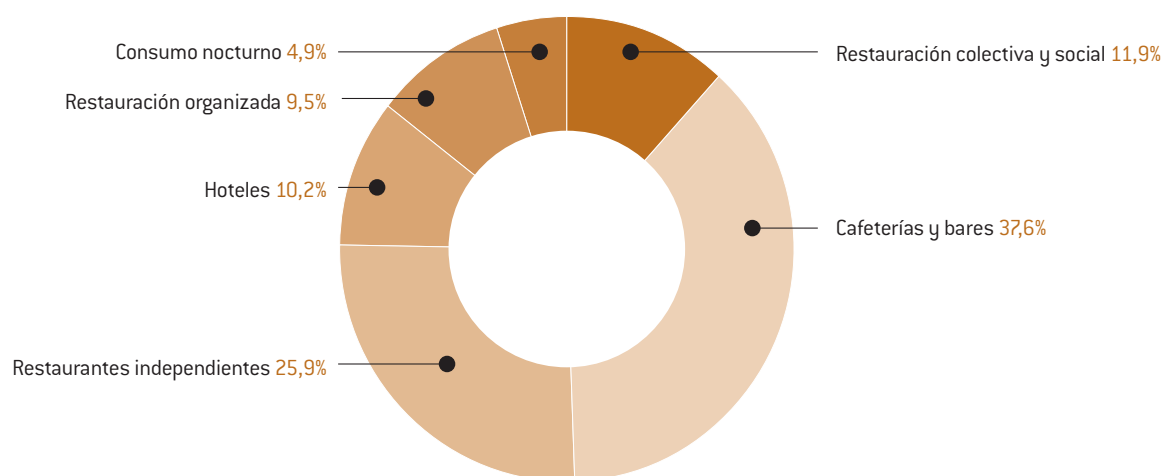
Gasto y consumo alimentario fuera del hogar

En el año 2010, el gasto total en hostelería y restauración fue de 18.504,9 millones de euros y en instituciones alcanzó 2.470,5 millones de euros. El consumo de alimentos en hostelería y restauración descendió un 3,2%, mientras que

en instituciones bajó un 2,9%. Por tanto, se mantiene la línea de descenso del consumo alimentario extradoméstico en España.

La heterogeneidad del consumo extradoméstico supone que los volúmenes de gasto en alimentación y bebida sean dispares. En términos relativos, destacan los cafés y bares (37,6%) y los restaurantes independientes (25,9%), mientras que la participación de establecimientos de restauración organizada (9,5%), hoteles (10,2%) y locales de consumo nocturno (4,9%) es bastante más reducida. La restauración colectiva y social acapara el 11,9% del gasto total en alimentación y bebidas fuera del hogar.

Reparto del gasto extradoméstico de alimentación y bebidas en 2010



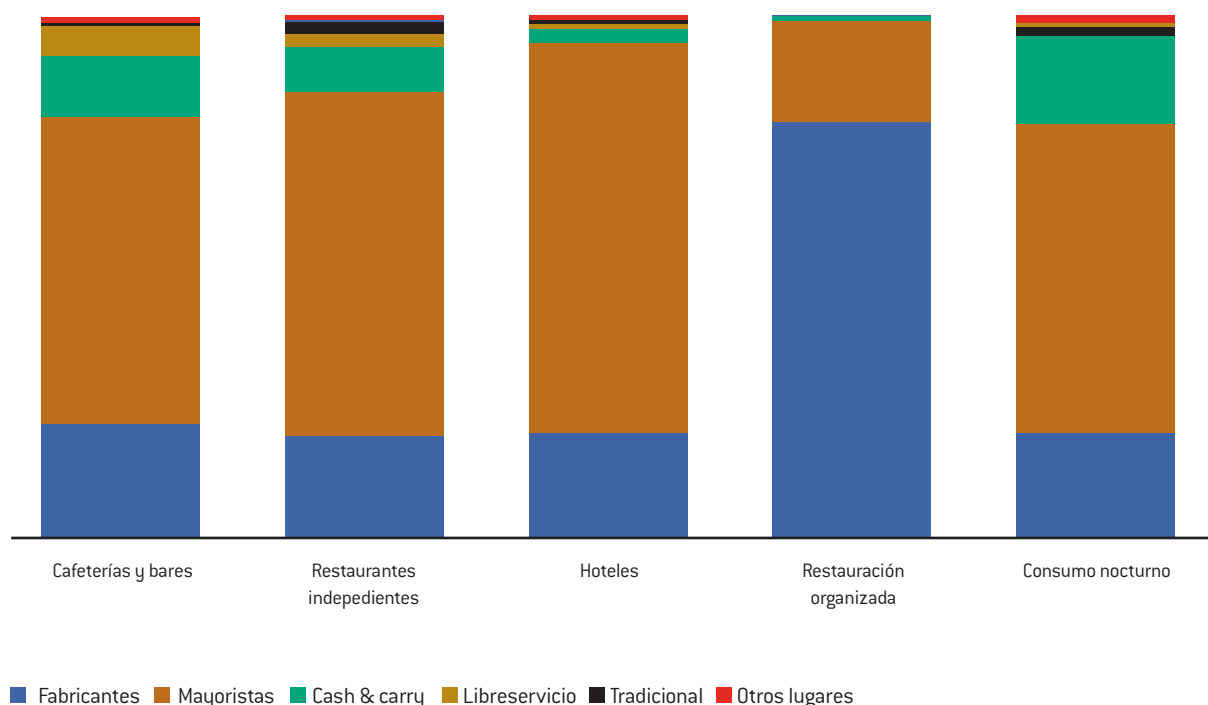
Fuente: Elaboración propia con datos del MARM (2011).

Conviene resaltar que en la estructura de gasto alimentario extradoméstico resultan especialmente significativos productos como la cerveza (14%), la carne (13,1%), los pescados y mariscos (9,5%), las bebidas refrescantes (9,1%) y las bebidas alcohólicas de alta graduación (8,8%).

Los canales de abastecimiento de los establecimientos de restauración comercial y de los establecimientos de restauración colectiva y social han sido variados durante

el año 2010. Con carácter general, los distribuidores mayoristas consiguen las cuotas de abastecimiento más elevadas. Los fabricantes también tienen una presencia generalizada –destacan especialmente como vía de abastecimiento de los establecimientos de restauración organizada (79,2%)–. Por último, el resto de alternativas son minoritarias y, por tanto, autoservicios mayoristas, libreservicio y establecimientos tradicionales cuentan con cuotas residuales.

Canales de abastecimiento para los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas fuera del hogar en 2010



Fuente: Elaboración propia con datos del MARM (2011).



Evolución de las ventas minoristas

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2010 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una situación bastante estable tanto para el índice general como para el índice de alimentación, con oscilaciones positivas y negativas pero de escasa significatividad.

El índice general tuvo un desarrollo ascendente durante el año 2010, contando con tasas positivas en casi todos los meses, especialmente relevantes en marzo (5,8%) y junio (3,2%); los descensos de este índice se asocian a los meses de enero (-3%), septiembre (-0,5%) y diciembre (-0,6%).

El índice de alimentación tuvo una evolución desigual, alternando crecimientos con descensos. Los principales incrementos fueron en los meses de marzo (4,6%), julio (2,4%) y noviembre (2,6%), mientras que las reducciones más importantes se asocian a enero (-3,7%), abril (-2,6%) y mayo (-0,3%).

La coyuntura del comercio minorista en 2010

Índice de ventas de productos de alimentación. Total comercio minorista. Precios corrientes (base 2005)

2010	Índice de ventas alimentación	% de variación respecto del mes anterior	% de variación respecto mismo mes del año anterior
Enero	101,7	-3,9	-3,9
Febrero	97,7	-2,6	-1,0
Marzo	111,7	-0,2	5,1
Abril	106,7	-0,1	0,0
Mayo	107,4	-0,1	0,0
Junio	110,7	-0,6	4,0
Julio	119,3	0,0	-3,0
Agosto	109,9	0,0	-0,2
Septiembre	108,6	-0,3	-3,0
Octubre	111,5	-0,4	-1,1
Noviembre	106,9	-0,4	0,1
Diciembre	132,4	-0,7	-3,2

Fuente: INE (2011).



Red de Mercas

MERCASA | Informe anual 2010

Acciones estratégicas de Mercasa para reforzar la Red de Mercas

Mercasa mantiene en los últimos ejercicios una orientación estratégica muy activa para reforzar la vertebración de la Red de Mercas, impulsando iniciativas de gestión conjunta o compartida que están generando ventajas objetivas en la calidad del servicio público que prestan las Mercas, sus indicadores de actividad y sus resultados económico-financieros.

Entre estas actuaciones estratégicas se incluyen la contratación conjunta de servicios –consumo de energía eléctrica, seguros, seguridad...–, la gestión compartida de los recursos publicitarios, el impulso a iniciativas como las instalaciones fotovoltaicas, la gestión de residuos, la promoción de un pool de envases reciclables o la extensión de estándares de certificación sobre calidad en procedimientos y gestión.

La apuesta de Mercasa por consolidar y reforzar la Red de Mercas en 2010, así como por desarrollar su papel de socio tecnológico en el conjunto de las Mercas, se ha concretado en diferentes actuaciones a lo largo de este año.

En 2010 destaca en este sentido la puesta en marcha del proyecto de gestión común de espacios y recursos publicitarios para el conjunto de la Red de Mercas, con un balance de actuaciones positivo, por el número de campañas realizadas y el rendimiento económico obtenido, a pesar del descenso generalizado en inversión publicitaria durante el último año.

En 2010 se han llevado a cabo 69 campañas publicitarias de 53 empresas diferentes en diversos soportes, cuya gestión administrativa y financiera se ha realizado con gran agilidad superando los obstáculos de cualquier actividad nueva. Todas las Mercas han participado en alguna campaña y más del 80% de los anunciantes que han invertido repite campaña, corroborando así el éxito del proyecto.

En referencia al proyecto de implantación de un sistema de gestión de cajas reutilizables en la Red de Mercas, concretamente en el sector de frutas y hortalizas, cabe destacar que a lo largo del segundo y tercer trimestre de 2010 se llevó a cabo la difusión de las conclusiones del estudio. Las presentaciones se realizaron en las seis Mercas que fueron objeto del estudio, así como en el resto de Mercas interesadas en el proyecto.

El objetivo de estas reuniones ha sido presentar el modelo operativo y administrativo de un pool de cajas con la intención de reducir los costes logísticos y operativos, mejorar la gestión de los residuos y, a su vez, analizar en cada Unidad Alimentaria la viabilidad económica del proyecto, estimando el ahorro de costes por mayorista que supondrá la implantación.

Con motivo de la celebración de la feria Alimentaria en Barcelona, a finales de marzo de 2010, se convocó una reunión de directores generales de las Mercas y se dieron a conocer los resultados principales del estudio “Posicionamiento de la Red de Mercas en la cadena alimentaria” con los siguientes objetivos:

- Analizar y proporcionar una visión global y completa del posicionamiento, la contribución e influencia de la Red de Mercas en el mercado alimentario español.
- Establecer el área de influencia y cuota de mercado de las Mercas desde una perspectiva de red.
- Identificar los principales polos de competencia y la competitividad que presentan las Mercas respecto a éstos.
- Identificar las necesidades del mercado potencial para localizarse y/o comprar en las Mercas.

Para el desarrollo del estudio se han analizado las 23 Mercas de la Red y 11 polígonos alimentarios externos. Se han realizado 2.000 encuestas a compradores potenciales mediante investigación de mercado y se han organizado 45 sesiones de debate y reflexión con los operadores y las gerencias de las Mercas, con la participación de más de 200 personas. Además de entrevistas complementarias a otros 74 mayoristas que operan dentro de las Mercas y a 35 mayoristas externos que son competidores importantes. Dentro de los objetivos prioritarios de Mercasa está el desarrollo de programas de mejora en la prestación de servicios en la Red de Mercas. En este sentido, para Mercasa es



Mercavalencia.



Mercalicante.



Mercapalma.



Mercamadrid.



Mercajerez. Aula de formación.

fundamental potenciar y afianzar las sinergias que deben generarse del funcionamiento en red del conjunto de las 23 Unidades Alimentarias participadas.

De este modo, en 2010 se realizó la licitación conjunta del contrato de suministro eléctrico de 21 de las 23 Unidades Alimentarias de la Red, lo que ha supuesto un ahorro anual del 10% sobre el total del gasto en este tipo de suministro.

Tras el éxito de esta iniciativa, en el ejercicio en curso se ha iniciado también el análisis para plantear en 2011 la licitación conjunta de la contratación de seguros para el conjunto de las 23 Unidades Alimentarias.

Del mismo modo, dada la creciente importancia de la seguridad en la Red de Mercas, resulta necesario establecer las bases que permitan alcanzar un mayor nivel de protección en cada una de las Unidades Alimentarias. Por ello, en 2010 Mercasa realizó un manual de buenas prácticas como herramienta base para la prestación homogénea de la seguridad, prevención y protección de las Unidades Alimentarias de la Red, con la intención de continuar este trabajo en 2011, mediante auditorías de seguridad que permitan el análisis de la situación en las diferentes Mercas, evaluando sus necesidades de seguridad corporativa y su adecuación normativa de acuerdo a la Ley de Infraestructuras Críticas.

El apoyo de Mercasa al desarrollo de actividades que generen valor añadido y propicien una mayor actividad económica en el seno de la Red, se materializa analizando las posibilidades de inversión directa en Mercas, fundamentalmente a través de la construcción de naves multiservicio.

Para Mercasa, desde su compromiso de servicio público, es fundamental el desarrollo de actividades cada vez más respetuosas con el medio ambiente, mejorando la sostenibilidad y la eficiencia, desde el convencimiento de que

una Unidad Alimentaria sostenible es también una Unidad Alimentaria más rentable. Así, se han desarrollado distintas acciones que han permitido una mejora en la gestión, la sostenibilidad y la responsabilidad social de la Red de Mercas.

En relación con la eficiencia energética, podemos señalar que la mayoría de las Mercas están enfocando este tema hacia la realización de auditorías energéticas, implementación y mejora de los sistemas de recogida selectiva, selección y gestión de residuos orgánicos, acciones de producción de energía renovable, disminución de consumo de electricidad y agua, disminución del gasto energético y acciones de ahorro, campañas de formación, información y sensibilización e instalación de puntos verdes.

En 14 Unidades Alimentarias se han utilizado las cubiertas de los Mercados Centrales para la instalación de placas fotovoltaicas. El aprovechamiento de las cubiertas lleva implícito la disminución de consumo de combustibles fósiles, la reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera, así como la obtención de ingresos por el arrendamiento y la compensación de las necesidades energéticas de cada Merca. En cuanto a la producción podemos señalar que el total de las instalaciones fotovoltaicas implantadas en la Red de Mercas generarán unos 16.000 Mw/hora, lo que evitará la emisión de 125.760 toneladas de CO₂ a la atmósfera.

Por otra parte, respecto a la responsabilidad social, en la Red de Mercas se destinan más de 5.000 m² a la distribución de excedentes de alimentos, no aptos para la comercialización pero sí para el consumo. Desde estas instalaciones se han distribuido en el último año a través del Banco de Alimentos más de 10.000 toneladas de alimentos. Es importante señalar que alrededor de 3.000 empresas implantadas en las Unidades Alimentarias colaboran en la actualidad con los Bancos de Alimentos.

En la mayoría de las Unidades Alimentarias se realizan también actuaciones destinadas a potenciar los hábitos saludables de consumo en la población infantil, en las que a lo largo de 2010 participaron más de 15.000 escolares. Entre estas actuaciones destacan las siguientes:

- Campaña “5 al día”, nacida en Mercabarna en 1998, que tiene como objetivo el fomento del consumo de frutas y hortalizas entre los niños.
- Campaña “Del mar al plato”, taller que se desarrolla en Mercabilbao en el que los escolares conocen de primera mano el pescado y la importancia del mismo en una dieta equilibrada.
- “L’escola al Mercat”, que se desarrolla en Mercapalma y pretende corregir los malos hábitos alimentarios, así como dinamizar los Mercados de Frutas y Hortalizas y la competitividad de la cadena comercial.
- El Centro Interactivo del Pescado en Mercabarna, que muestra mediante juegos diversos el recorrido que sigue el pescado, desde que sale del mar hasta que llega a las mesas de los comensales, así como su relevancia en la cadena alimentaria.
- El programa educativo de Mercacórdoba “Del campo y del mar al comercio vecinal”.
- Campaña “De visita en Merca”, de Mercalaspalmas, resultado del convenio suscrito con la Consejería de Educación y Universidades del Gobierno de Canarias.
- El programa “Conocemos Mercagranada y los alimentos”.

Durante 2010 se impulsó el clúster Mediterranean Agrofood Innovation Network (MAIN MED), dentro del programa ENPI (European Neighboring Project) CBCMED (Cross Border Cooperation in the Mediterranean) de la Unión Europea. Formarán parte del proyecto tanto Mercasa como las Mercas mediterráneas, y se pretende contar con asociados extranjeros procedentes de países del norte y sur del Mediterráneo.

Entre los objetivos específicos del proyecto destacan la racionalización de las cadenas de distribución y creación de economías a gran escala, la homogenización de algunas prácticas del modelo de gestión de los mercados minoristas en España y de los estándares normativos de la UE en el resto del territorio del proyecto, así como la transferencia y difusión de buenas prácticas y tecnología de las empresas del sector, en especial pymes.

La eliminación del límite temporal de las Mercas, como instrumento para potenciar la renovación y modernización de las mismas, constituye uno de los objetivos estratégicos de Mercasa a corto y medio plazo. Este proceso se está realizando al amparo de la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público, que permite a los ayuntamientos gestionar directamente el servicio de mercados centrales mayoristas, a través de las Mercas, siempre que su capital sea de titularidad exclusivamente pública, sin necesidad de ningún otro requisito ulterior.

Desde Mercasa se está potenciando este proceso promoviendo la recuperación, por parte de las diferentes sociedades, del capital residual en poder de accionistas privados. En 2010 se ha conseguido que el capital de Mercabilbao pase a ser de titularidad exclusivamente pública y Mercagranada obtenga la vida indefinida.

Otro aspecto que cobra mayor importancia en la coyuntura económica actual es el apoyo que Mercasa presta a la comercialización de espacios disponibles en las diferentes Unidades Alimentarias de la Red.

De este modo se analiza la posibilidad de implantación de nuevos operadores en las Mercas con superficie disponible y se establecen contactos con empresas interesadas, siempre desde una perspectiva de red.

Estructuras de la Red de Mercas

La Red de Mercas está formada por: Mercalgeciras, Mercalicante, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercájerez, 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 7 millones de metros cuadrados, de los que en torno a un millón son superficie neta de mercados y 2,3 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 3.500 empresas, de las que en torno a 2.000 son mayoristas insta-

lados en los Mercados de Frutas y Hortalizas, Pescados, Flores y Carnes, y el resto empresas dedicadas a actividades complementarias de mercados, de distribución logística o de atención a los usuarios de las Mercas, que representan ya un 44% del total.

Asimismo, también cabe destacar el importante volumen de empleo que genera la actividad que se desarrolla en las Mercas, que se estima próximo a 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 creciente actividad comercial y de servicios que se desarrolla en las Mercas genera un tránsito cada vez mayor de personas y de vehículos de todo tipo. Durante 2010, por las 23 Unidades Alimentarias transitaron del orden de unos 16 millones de vehículos (65.000 vehículos/día de actividad). En cuanto a la afluencia de compradores –tanto detallistas como mayoristas, hostelería y restauración o demanda institucional–, la media de asistencia diaria se cifra en unos 95.000 usuarios.



Mercalgeciras.



Mercasevilla.

Estructuras de la Red de Mercas

Superficie en la Red de Mercas (m²)

	Mercados	ZAC ⁽¹⁾	Otras	Total
Mercalgeciras	3.118	10.540	17.481	31.139
Mercalicante	32.918	59.326	43.587	135.831
Mercasturias	20.331	63.432	28.765	112.528
Mercabadajoz	4.240	30.155	25.244	59.639
Mercabarna	169.357	308.723	430.783	908.863
Mercabilbao	36.845	7.752	89.402	133.999
Mercacórdoba	14.094	15.777	56.129	86.000
Mercagalicia	8.638	38.428	15.934	63.000
Mercagranada	28.790	97.655	95.949	222.394
Mercairuña	8.302	87.451	72.247	168.000
Mercajerez	8.240	2.868	45.867	56.975
Mercalaspalmas	26.369	46.498	227.844	300.711
Mercaleón	10.428	7.479	24.051	41.958
Mercamadrid	199.600	421.200	1.140.768	1.761.568
Mercamálaga	20.492	16.265	217.654	254.411
Mercamurcia	42.452	127.707	115.476	285.635
Mercapalma	34.854	156.990	126.236	318.080
Mercasalamanca	33.483	62.802	153.715	250.000
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	93.907	393.990	210.101	697.998
Total Red	954.267	2.348.133	3.884.896	7.187.296

1. Zona de Actividades Complementarias.

Estructuras de la Red de Mercas

Superficie en la Red de Mercas (m²)

	Mercado F. y H.	Mercado Pescados	Mercado Carnes	Mercado Flores	ZAC ⁽¹⁾	Admin.	Viales	Aparc.	Otras áreas	Total
Mercalgeciras	1.488	1.630			10.540		7.710	5.767	4.004	31.139
Mercalicante	32.918				59.326	4.677	28.113	7.467	3.330	135.831
Mercasturias	20.331				63.432	307	21.668	6.320	470	112.528
Mercabadajoz	3.490	750			30.155	1.886	15.142	4.716	3.500	59.639
Mercabarna	80.406	25.458	19.302	44.191	308.723	7.731	303.472	109.150	10.430	908.863
Mercabilbao	27.871	8.974			7.752		18.958	61.456	8.988	133.999
Mercacórdoba	11.690	2.404			15.777	504	26.372	13.452	15.801	86.000
Mercagalicía	8.638				38.428		10.310	5.624		63.000
Mercagranada	20.996	7.794			97.655	2.981	54.624	20.614	17.730	222.394
Mercairuña	6.322	1.980			87.451	400	60.435	8.196	3.216	168.000
Mercajerez	8.000	240			2.868	547	11.954	29.932	3.434	56.975
Mercalaspalmas	19.208	1.131	6.030		46.498	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	637.347	1.761.568
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		156.990	1.633	102.458	13.536	8.609	318.080
Mercasalamanca	18.902	7.629	6.952		62.802	1.961	46.876	20.125	84.753	250.000
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	50.097		393.990	5.400	92.900	61.931	49.870	697.998
Total Red	574.462	147.177	174.037	58.591	2.348.133	72.567	1.713.358	771.000	1.327.971	7.187.296

1. Zona de Actividades Complementarias.

Estructuras de la Red de Mercas

Servicios principales

	Mercado Frutas y Hortalizas	Mercado Pescados	Matadero. Complejo cárnico (*)	Flores
Mercalgeciras	■	■		
Mercalicante	■			
Mercasturias	■			
Mercabadajoz	■	■		
Mercabarna	■	■	■	■
Mercabilbao	■	■		
Mercacórdoba	■	■		
Mercagalicía	■			
Mercagranada	■	■		■
Mercairuña	■	■		
Mercajerez	■	■		
Mercalaspalmas	■	■	■	
Mercaleón	■	■		
Mercamadrid	■	■	■	
Mercamálaga	■	■		
Mercamurcia	■	■	■	■
Mercapalma	■		■	
Mercasalamanca	■	■		
Mercasantander	■			
Mercasevilla	■	■	■	
Mercatenerife	■			
Mercavalencia	■	■	■	■
Mercazaragoza	■	■	■	
Total Mercas	23	17	8	4

(*) Mercado. Complejo cárnico. La gestión y explotación de los mataderos de Mercamadrid, Mercapalma y Mercasevilla la realizan empresas privadas.

Estructuras de la Red de Mercas

Número de empresas mayoristas implantadas

	F. y H.	Plátanos	Pescados	Carnes	Flores	Otros *	Total
Mercalgeciras	1		10			6	17
Mercalicante	30	1				51	82
Mercasturias	17					13	30
Mercabadajoz	4		4			21	29
Mercabarna	161		74	41	49	414	739
Mercabilbao	34	5	24			45	108
Mercacórdoba	23		12			25	60
Mercagalicía	8	2				5	15
Mercagranada	31	2	17			73	123
Mercairuña	13		8			18	39
Mercajerez	12	1	1			24	38
Mercalaspalmas	196		5			59	260
Mercaleón	11		7			16	34
Mercamadrid	148	10	162	24		183	527
Mercamálaga	59		24			22	105
Mercamurcia	59		11	10	11	57	148
Mercapalma	37	1		10		60	108
Mercasalamanca	22	3	6			21	52
Mercasantander	20					33	53
Mercasevilla	75		42	1		90	208
Mercatenerife	41	1				57	99
Mercavalencia	58		27	14	49	84	232
Mercazaragoza	36		17	190		108	351
Total Mercas	1.096	26	451	290	109	1.485	3.457

* Otros. Actividades de Distribución Complementaria y de Atención a Usuarios

Comercialización mayorista en la Red de Mercas

La actividad comercial mayorista en las 23 Unidades Alimentarias de la Red de Mercas alcanzó en 2010 un valor total superior a los 10.500 millones de euros, correspondientes a un volumen de comercialización de 6,1 millones de toneladas de alimentos perecederos: frutas, hortalizas, pescados y carnes.

Estos datos de volumen y valor incluyen la actividad correspondiente a los Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, Pescados y Mataderos y Centros Cárnicos que funcionan en las distintas Mercas, así como a las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC) que completan cada una de las Mercas.

El tratamiento estadístico de los datos relativos a la actividad comercial 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 y transparencia de mercados.

Por ello, Mercasa y las Mercas mejoran constantemente la recogida y procesamiento de los datos sobre actividad comercial, adaptando los mismos a los nuevos modelos de demanda, y la distribución realizada directamente por las empresas ubicadas en las ZAC, cada vez más importante.

Por familias de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2010 ascendieron a unos 5 millones de toneladas, una cifra similar a la de 2009, alcanzando un valor de casi 4.600 millones de euros, en torno a un 3,8% por encima del año anterior.

Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros superaron las 725.000 toneladas en 2010, un 4% más que en 2009, por el mayor impulso de las mismas en las instala-

ciones de las ZAC. En su conjunto, el valor rebasó los 4.350 millones de euros.

En el caso de las carnes, durante 2010, la comercialización en la Red de Mercas se acercó de nuevo a las 410.000 toneladas, con un valor de 1.145 millones de euros.

Cuotas de mercado

Los volúmenes comercializados en 2010 mantienen 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) representa canalizar el 51% del total de frutas y hortalizas que se consumen en España (porcentaje que se eleva al 57% sobre el consumo en hogares), el 47% de los pescados y mariscos (58% para el consumo en hogares) y el 20% respecto al consumo total de carnes (25% para el consumo doméstico).

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 2010 se vendieron de esta forma 107.000 toneladas, que representan una cuota de participación cercana al 10% del total de las ventas de hortalizas y patatas (productos a los que prioritariamente se dedican) efectuadas por aquellas Mercas en las que operan los productores agrícolas.

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 2010 el beneficio antes de impuestos de las 23 Unidades Alimentarias ascendió a 22,3 millones de euros, frente a los 20,1 millones de 2009.

Red de Mercas

Comercialización por grupos de productos en 2010. Valor/volumen

Valor de los productos comercializados ¹	Millones de euros
Grupo	Total
Frutas, hortalizas y patatas	4.305,1
Pescados y mariscos	2.838,8
Carnes	748,7

1. A los productos comercializados en los Mercados Mayoristas hay que añadir la realizada en las Zonas de Actividades Complementarias, con lo cual el valor total de la facturación rebasaría holgadamente los 10.500 millones de euros.

Volumen de los productos comercializados	Total toneladas	% s/grupo
Frutas	2.338.854	51,7
Hortalizas	1.579.920	34,9
Patatas	603.792	13,4
Total frutas, hortalizas y patatas ²	4.522.566	100,0
Pescado fresco	268.970	56,4
Marisco fresco (incluye moluscos y cefalópodos)	88.243	18,5
Pescado y marisco congelados	119.753	25,1
Total pescados y mariscos ³	476.966	100,0
Total carnes (Mataderos + Mercados de Carnes) ⁴	267.327	100,0

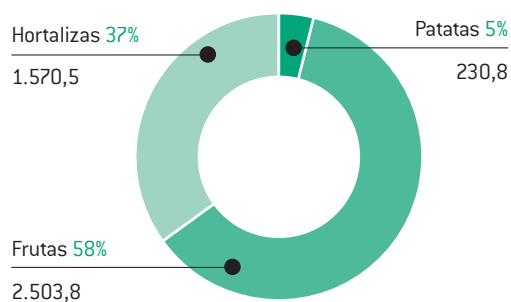
2. El volumen total de ventas hortofrutícolas ascendería a unos 5 millones de toneladas incluyendo las transacciones realizadas desde las Zonas de Actividades Complementarias [ZAC].
3. El volumen total de ventas de productos pesqueros estaría en el entorno de las 725.000 toneladas incluyendo las transacciones realizadas desde las Zonas de Actividades Complementarias [ZAC].
4. El volumen total de ventas de productos cárnicos se acercaría a las 410.000 toneladas incluyendo las operaciones más representativas efectuadas por empresas del sector desde las Zonas de Actividades Complementarias [ZAC].

Estructuras de la Red de Mercas

Comercialización por grupos de productos en 2010

Frutas y hortalizas

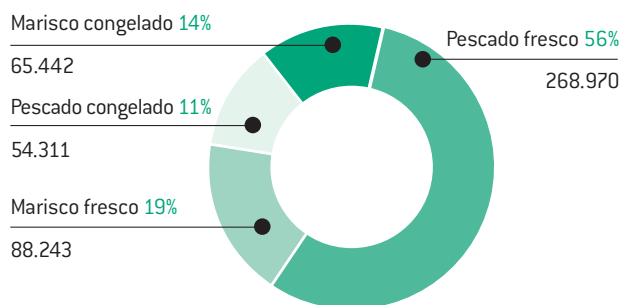
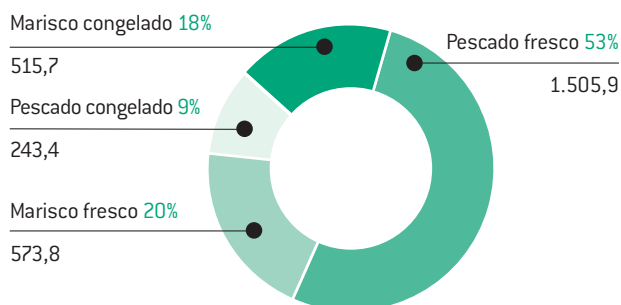
Valor (millones de euros)



Volumen (toneladas)



Pescados



Carnes



Red de Mercas

Comercialización por grupos de productos en 2010. Toneladas

	Frutas y hortalizas	Pescados	Carnes	Total
Mercalgeciras	2.071	3.170	-	5.241
Mercalicante	77.441	-	-	77.441
Mercasturias	74.617	-	-	74.617
Mercabadajoz	10.950	854	-	11.804
Mercabarna	1.039.294	81.385	27.160	1.147.839
Mercabilbao	211.125	30.499	-	241.624
Mercacórdoba	62.284	6.561	-	68.845
Mercagalicia	18.636	-	-	18.636
Mercagranada	130.406	11.238	-	141.644
Mercairuña	32.060	3.370	-	35.430
Mercajerez	44.288	310	-	44.598
Mercalaspalmas	196.778	5.359	4.123	206.260
Mercaleón	19.629	1.390	-	21.019
Mercamadrid	1.414.752	143.327	141.581	1.699.660
Mercamálaga	169.563	44.078	-	213.641
Mercamurcia	76.060	3.024	17.405	96.489
Mercapalma	152.128	-	-	152.128
Mercasalamanca	57.997	2.433	-	60.430
Mercasantander	34.079	-	-	34.079
Mercasevilla	249.609	22.662	-	272.271
Mercatenerife	111.456	-	-	111.456
Mercavalencia	212.900	92.843	52.538	358.281
Mercazaragoza	124.443	24.463	24.520	173.426
Total Red	4.522.566	476.966	267.327	5.266.859

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

Red de Mercas

Comercialización de frutas y hortalizas en 2010

	Frutas		Hortalizas		Patatas		Total	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	933	0,0	686	0,0	452	0,1	2.071	0,0
Mercalicante	48.125	2,1	24.062	1,5	5.254	0,9	77.441	1,7
Mercasturias	39.633	1,7	18.430	1,2	16.554	2,7	74.617	1,6
Mercabadajoz	6.613	0,3	3.481	0,2	856	0,1	10.950	0,2
Mercabarna	515.444	22,0	353.549	22,4	170.301	28,2	1.039.294	23,0
Mercabilbao	143.044	6,1	52.936	3,4	15.145	2,5	211.125	4,7
Mercacórdoba	27.277	1,2	24.755	1,6	10.252	1,7	62.284	1,4
Mercagalicia	13.728	0,6	3.628	0,2	1.280	0,2	18.636	0,4
Mercagranada	63.869	2,7	50.338	3,2	16.199	2,7	130.406	2,9
Mercairuña	15.181	0,6	13.426	0,8	3.453	0,6	32.060	0,7
Mercajerez	20.255	0,9	11.501	0,7	12.532	2,1	44.288	1,0
Mercalaspalmas	85.354	3,6	68.307	4,3	43.117	7,1	196.778	4,4
Mercaleón	11.675	0,5	6.087	0,4	1.867	0,3	19.629	0,4
Mercamadrid	754.189	32,3	497.766	31,5	162.797	27,0	1.414.752	31,3
Mercamálaga	85.483	3,7	70.598	4,5	13.482	2,2	169.563	3,7
Mercamurcia	32.991	1,4	36.781	2,3	6.287	1,0	76.059	1,7
Mercapalma	71.700	3,1	60.838	3,9	19.591	3,2	152.129	3,4
Mercasalamanca	36.940	1,6	16.936	1,1	4.121	0,7	57.997	1,3
Mercasantander	18.957	0,8	9.092	0,6	6.029	1,0	34.078	0,8
Mercasevilla	124.187	5,3	80.853	5,1	44.570	7,4	249.610	5,5
Mercatenerife	59.349	2,5	37.774	2,4	14.333	2,4	111.456	2,5
Mercavalencia	94.381	4,0	95.326	6,0	22.893	3,8	212.600	4,7
Mercazaragoza	69.246	3,0	42.770	2,7	12.427	2,1	124.443	2,8
Total Red	2.338.554	100	1.579.920	100	603.792	100	4.522.266	100

Red de Mercas

Evolución de la comercialización de frutas y hortalizas. Toneladas

	2006	2007	2008	2009	2010
Mercalgeciras	-	-	-	-	2.071
Mercalicante	67.937	77.234	74.769	76.508	77.441
Mercasturias	86.762	79.330	79.606	76.744	74.617
Mercabadajoz	13.396	12.879	11.920	12.064	10.950
Mercabarna	1.085.609	1.097.832	1.104.435	1.123.690	1.039.294
Mercabilbao	193.454	202.728	209.870	209.432	211.125
Mercacórdoba	65.240	65.033	65.663	61.613	62.284
Mercagalicia	13.867	14.617	18.233	19.770	18.636
Mercagranada	118.126	121.439	116.834	120.821	130.406
Mercairuña	35.863	36.630	35.652	32.141	32.060
Mercajerez	42.993	41.264	37.781	39.194	44.288
Mercalaspalmas	216.930	201.279	201.146	195.559	196.778
Mercaleón	18.980	17.969	17.187	17.993	19.629
Mercamadrid	995.537	1.208.183	1.569.004	1.536.375	1.414.752
Mercamálaga	185.711	188.017	167.999	170.384	169.563
Mercamurcia	77.835	80.889	80.959	75.975	76.060
Mercapalma	143.661	143.860	146.000	147.052	152.128
Mercasalamanca	66.409	69.041	63.612	58.912	57.997
Mercasantander	40.797	40.696	38.250	36.581	34.079
Mercasevilla	284.147	252.962	254.818	257.323	249.609
Mercatenerife	114.507	112.024	111.169	109.655	111.456
Mercavalencia	185.533	192.419	198.878	204.609	212.900
Mercazaragoza	169.360	156.958	142.984	122.215	124.443
Total Red	4.222.654	4.413.283	4.746.769	4.704.610	4.522.566

Red de Mercas

Evolución de los precios medios ponderados de frutas y hortalizas. Euros/kg

	2006	2007	2008	2009	2010
Mercalgeciras	-	-	-	-	0,87
Mercalicante	0,98	1,04	1,08	1,05	1,06
Mercasturias	0,83	0,88	0,89	0,83	0,92
Mercabadajoz	0,90	0,87	0,96	0,92	0,98
Mercabarna	0,80	0,86	0,86	0,83	0,90
Mercabilbao	0,88	0,95	0,99	0,91	0,96
Mercacórdoba	0,73	0,77	0,75	0,73	0,75
Mercagalicia	0,89	0,94	0,98	0,96	0,99
Mercagranada	0,77	0,78	0,80	0,72	0,77
Mercairuña	0,91	0,95	0,99	0,97	1,05
Mercajerez	0,73	0,76	0,80	0,68	0,75
Mercalaspalmas	0,95	1,00	1,03	0,93	0,92
Mercaleón	0,96	1,05	1,06	0,95	1,03
Mercamadrid	0,91	0,94	0,94	0,94	1,02
Mercamálaga	0,95	1,07	0,96	0,91	0,98
Mercamurcia	0,91	0,95	1,02	0,93	0,95
Mercapalma	0,97	1,10	0,92	0,87	0,99
Mercasalamanca	0,78	0,83	0,87	0,78	0,82
Mercasantander	0,79	0,89	0,95	0,93	0,99
Mercasevilla	0,78	0,84	0,89	0,85	0,89
Mercatenerife	1,00	1,06	1,16	1,02	1,11
Mercavalencia	0,81	0,87	0,86	0,80	0,85
Mercazaragoza	0,84	0,90	0,92	0,87	0,97
Total Red	0,86	0,92	0,92	0,89	0,95

Red de Mercas

Comercialización y precios de frutas

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
	2010	2009	% 10/09	2010	2009	% 10/09
Aguacates	21.931	26.054	-15,8	1,96	2,00	-2,0
Albaricoques	21.347	22.346	-4,5	1,68	1,41	19,1
Cerezas	31.603	34.876	-9,4	3,34	2,54	31,5
Chirimoyas	14.936	15.280	-2,3	1,59	1,53	3,9
Ciruelas	38.449	43.862	-12,3	1,28	1,27	0,8
Fresones	53.067	57.629	-7,9	2,08	2,04	2,0
Kakis	15.193	13.833	9,8	1,20	1,17	2,6
Kiwis	85.835	92.711	-7,4	1,55	1,56	-0,6
Limones	72.492	76.230	-4,9	0,91	0,67	35,8
Mandarinas	91.556	91.417	0,2	0,92	0,88	4,5
Mangos	11.190	13.921	-19,6	2,00	1,63	22,7
Manzanas	259.210	273.050	-5,1	0,88	0,88	0,0
Melocotones	128.340	133.399	-3,8	1,29	1,15	12,2
Melones	160.217	160.906	-0,4	0,78	0,79	-1,3
Naranjas	441.529	466.225	-5,3	0,82	0,72	13,9
Nectarinas	43.227	40.780	6,0	1,38	1,14	21,1
Peras	154.016	153.555	0,3	0,98	1,06	-7,5
Piñas	76.170	82.967	-8,2	1,21	1,12	8,0
Plátanos y bananas	312.146	328.251	-4,9	0,85	0,98	-13,3
Sandías	128.025	131.171	-2,4	0,58	0,55	5,5
Uvas	78.121	84.290	-7,3	1,47	1,48	-0,7
Resto frutas	100.254	96.026	4,4	1,78	1,86	-4,3
Total frutas	2.338.854	2.438.779	-4,1	1,07	1,04	2,9

Red de Mercas

Comercialización y precios de hortalizas y patatas

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
	2010	2009	% 10/09	2010	2009	% 10/09
Acelgas	26.338	27.655	-4,8	0,60	0,60	0,0
Ajos	20.209	20.496	-1,4	2,58	1,94	33,0
Alcachofas	26.434	29.513	-10,4	1,49	1,06	40,6
Berenjenas	35.662	37.883	-5,9	0,88	0,82	7,3
Calabazas	15.339	15.994	-4,1	0,63	0,73	-13,7
Calabacines	50.974	53.520	-4,8	0,92	0,71	29,6
Cebollas	148.404	153.486	-3,3	0,51	0,36	41,7
Coles	51.024	52.235	-2,3	0,51	0,46	10,9
Coliflores	41.842	43.968	-4,8	1,19	1,12	6,2
Champiñones y setas	33.204	27.609	20,3	2,47	2,76	-10,5
Espárragos	11.938	13.337	-10,5	3,27	3,17	3,2
Judías verdes	53.181	55.691	-4,5	2,14	2,21	-3,2
Lechugas	202.564	212.166	-4,5	0,55	0,44	25,0
Pepinos	40.881	44.059	-7,2	0,69	0,73	-5,5
Pimientos	142.084	148.924	-4,6	1,29	1,05	22,9
Puerros	34.447	35.912	-4,1	1,01	0,94	7,4
Tomates	382.127	392.764	-3,9	1,17	1,02	14,7
Zanahorias	87.725	85.768	2,3	0,52	0,55	-5,5
Resto hortalizas	175.543	174.470	0,6	0,79	0,75	5,3
Total hortalizas	1.579.920	1.630.450	-3,1	0,99	0,88	12,5
Patatas	603.792	635.381	-5,0	0,38	0,30	26,7
Total frutas y hortalizas	4.522.566	4.704.610	-3,9	0,95	0,89	6,7

Red de Mercas

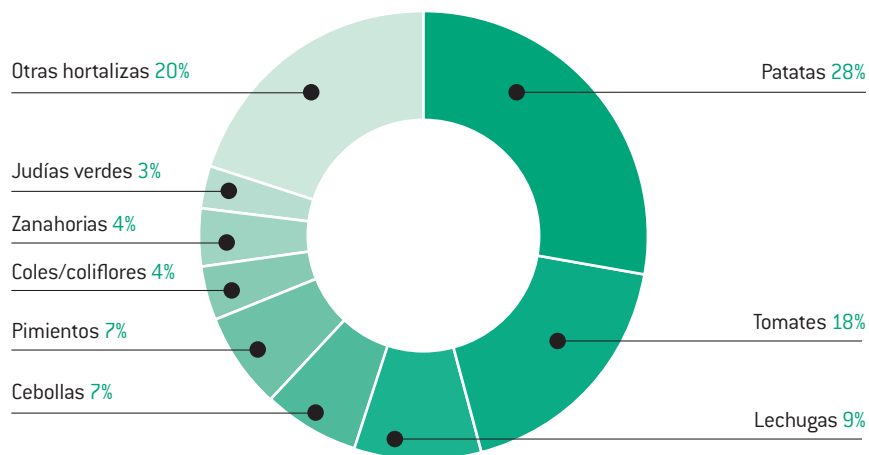
Comercialización de frutas y hortalizas en 2010

Productos más representativos

Frutas



Hortalizas y patatas



Red de Mercas

Frutas y hortalizas comercializadas por los productores en 2010

	Toneladas	% s/total
Mercalicante	1.282	1,2
Mercasturias	279	0,3
Mercabadajoz	2.358	2,2
Mercabarna	2.521	2,4
Mercabilbao	234	0,2
Mercacórdoba	59	0,1
Mercalaspalmas	6.065	5,7
Mercaleón	807	0,8
Mercamurcia	14.426	13,5
Mercapalma	3.631	3,4
Mercasalamanca	1.162	1,1
Mercasantander	433	0,4
Mercatenerife	27.644	25,9
Mercavalencia	41.752	39,2
Mercazaragoza	3.925	3,7
Total Red	106.578	100,0

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros en 2010

	Toneladas	% s/total
Mercalgeciras	3.170	0,7
Mercabadajoz	854	0,2
Mercabarna	81.385	17,1
Mercabilbao	30.499	6,4
Mercacórdoba	6.561	1,4
Mercagranada	11.238	2,4
Mercairuña	3.370	0,7
Mercajerez	310	0,1
Mercalaspalmas	5.359	1,1
Mercaleón	1.390	0,3
Mercamadrid	143.327	30,0
Mercamálaga	44.078	9,2
Mercamurcia	3.024	0,6
Mercasalamanca	2.433	0,5
Mercasevilla	22.662	4,8
Mercavalencia	92.843	19,5
Mercazaragoza	24.463	5,1
Total Red	476.966	100,0

Red de Mercas

Evolución de la comercialización de productos pesqueros. Toneladas

	2006	2007	2008	2009	2010
Mercalgeciras	2.975	3.338	3.486	3.446	3.170
Mercabadajoz	1.713	1.461	1.440	969	854
Mercabarna	84.952	82.018	81.168	84.245	81.385
Mercabilbao	30.048	30.243	30.206	30.264	30.499
Mercacórdoba	7.680	7.516	6.948	6.967	6.561
Mercagranada	12.540	12.637	11.343	11.395	11.238
Mercairuña	4.602	4.497	3.986	3.266	3.370
Mercajerez	381	416	302	286	310
Mercalaspalmas	7.602	6.290	5.344	5.333	5.359
Mercaleón	2.137	1.776	1.706	1.371	1.390
Mercamadrid	130.361	119.182	149.588	164.116	143.327
Mercamálaga	45.091	46.820	44.222	45.776	44.078
Mercamurcia	4.625	4.388	3.601	3.120	3.024
Mercasalamanca	2.997	2.806	2.637	2.553	2.433
Mercasevilla	27.730	26.279	24.753	24.485	22.662
Mercavalencia	79.884	82.940	86.113	89.414	92.843
Mercazaragoza	39.899	40.141	34.748	25.117	24.463
Total Red	485.217	472.748	491.591	502.123	476.966

Red de Mercas

Evolución de los precios medios ponderados de productos pesqueros. Euros/kg

	2006	2007	2008	2009	2010
Mercalgeciras	5,45	5,04	5,32	5,23	5,20
Mercabadajoz	4,95	4,85	5,12	4,93	4,94
Mercabarna	6,36	6,28	6,28	5,68	5,99
Mercabilbao	5,08	5,30	5,48	5,25	5,41
Mercacórdoba	3,30	3,31	3,42	3,53	3,48
Mercagranada	4,14	4,34	4,32	4,20	4,35
Mercairuña	6,41	6,78	7,03	6,81	6,66
Mercajerez	5,37	4,93	4,25	3,74	4,33
Mercalaspalmas	4,23	4,51	4,81	5,00	5,46
Mercaleón	6,12	6,66	6,49	6,07	6,27
Mercamadrid	7,15	7,15	7,09	6,78	6,58
Mercamálaga	6,20	6,63	6,85	6,40	6,16
Mercamurcia	5,06	5,28	5,56	5,12	5,42
Mercasalamanca	5,02	5,09	5,19	4,92	5,19
Mercasevilla	3,73	3,69	3,76	3,61	3,58
Mercavalencia	6,10	6,19	6,34	6,15	5,94
Mercazaragoza	6,71	6,81	7,67	6,67	6,58
Total Red	6,14	6,20	6,39	6,03	5,96

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros frescos en 2010

	Pescado fresco		Marisco fresco		Total fresco	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	2.204	0,8	545	0,6	2.749	0,8
Mercabadajoz	651	0,2	109	0,1	760	0,2
Mercabarna	44.327	16,5	24.334	27,6	68.661	19,2
Mercabilbao	18.417	6,8	5.853	6,6	24.270	6,8
Mercacórdoba	4.241	1,6	1.195	1,4	5.436	1,5
Mercagranada	7.005	2,6	2.978	3,4	9.983	2,8
Mercairuña	2.627	1,0	398	0,5	3.025	0,8
Mercajerez	190	0,1	120	0,1	310	0,1
Mercalaspalmas	1.330	0,5	34	0,0	1.364	0,4
Mercaleón	994	0,4	392	0,4	1.386	0,4
Mercamadrid	76.507	28,4	21.873	24,8	98.380	27,5
Mercamálaga	36.419	13,5	4.356	4,9	40.775	11,4
Mercamurcia	1.107	0,4	369	0,4	1.476	0,4
Mercasalamanca	1.932	0,7	399	0,5	2.331	0,7
Mercasevilla	13.407	5,0	2.685	3,0	16.092	4,5
Mercavalencia	38.791	14,4	21.823	24,7	60.614	17,0
Mercazaragoza	18.821	7,0	780	0,9	19.601	5,5
Total Red	268.970	100,0	88.243	100,0	357.213	100,0

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros congelados en 2010

	Pescado congelado		Marisco congelado		Prec. y elaborados de pescado		Total congelado		Total pescados	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	202	0,4	219	0,4	-	-	421	0,4	3.170	0,7
Mercabadajoz	25	0,1	69	0,1	-	-	94	0,1	854	0,2
Mercabarna	2.694	5,7	8.841	15,5	1.189	7,7	12.724	10,6	81.385	17,1
Mercabilbao	2.978	6,3	2.921	5,1	330	2,1	6.229	5,2	30.499	6,4
Mercacórdoba	591	1,3	531	0,9	3	0,0	1.125	0,9	6.561	1,4
Mercagranada	583	1,2	672	1,2	-	-	1.255	1,0	11.238	2,4
Mercairuña	268	0,6	76	0,1	1	0,0	345	0,3	3.370	0,7
Mercajerez	-	-	-	-	-	-	-	-	310	0,1
Mercalaspalmas	1.650	3,5	2.345	4,1	-	-	3.995	3,3	5.359	1,1
Mercaleón	-	-	3	0,0	1	0,0	4	0,0	1.390	0,3
Mercamadrid	14.390	30,5	17.832	31,2	12.725	82,2	44.947	37,5	143.327	30,0
Mercamálaga	2.047	4,3	1.256	2,2	-	-	3.303	2,8	44.078	9,2
Mercamurcia	678	1,4	685	1,2	185	1,2	1.548	1,3	3.024	0,6
Mercasalamanca	57	0,1	45	0,1	-	-	102	0,1	2.433	0,5
Mercasevilla	2.356	5,0	4.096	7,2	118	0,8	6.570	5,5	22.662	4,8
Mercavalencia	15.798	33,5	16.093	28,2	338	2,2	32.229	26,9	92.843	19,5
Mercazaragoza	2.875	6,1	1.401	2,5	586	3,8	4.862	4,1	24.463	5,1
Total Red	47.192	100,0	57.085	100,0	15.476	100,0	119.753	100,0	476.966	100,0

Red de Mercas

Comercialización y precios de pescado fresco

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
	2010	2009	% 10/09	2010	2009	% 10/09
Atún	7.867	9.096	-13,5	10,82	9,46	14,4
Bacaladilla	12.690	12.757	-0,5	2,13	1,83	16,4
Bacalao	3.652	3.531	3,4	5,72	5,72	0,0
Bonito	4.493	4.525	-0,7	5,99	6,01	-0,3
Boquerón	29.454	30.784	-4,3	2,99	3,07	-2,6
Caballa o verdel	6.603	7.247	-8,9	2,08	1,88	10,6
Cazón	4.029	4.064	-0,9	4,17	4,97	-16,1
Congrio	2.078	2.311	-10,1	3,65	4,04	-9,7
Dorada	11.744	13.569	-13,4	5,20	4,69	10,9
Emperador/pez espada	4.868	5.270	-7,6	14,81	14,11	5,0
Gallo	8.362	8.418	-0,7	5,93	5,97	-0,7
Jurel o chicharro	10.081	10.327	-2,4	2,40	2,55	-5,9
Lenguado	7.355	7.717	-4,7	12,70	12,95	-1,9
Lubina	7.987	8.034	-0,6	6,96	7,01	-0,7
Merluza	35.430	37.624	-5,8	6,62	7,21	-8,2
Pescadilla	26.658	27.210	-2,0	4,00	4,02	-0,5
Perca	2.941	2.819	4,3	6,48	6,39	1,4
Rape	9.019	9.437	-4,4	12,16	11,97	1,6
Salmón	15.445	16.124	-4,2	5,75	4,51	27,5
Salmonete	4.026	4.150	-3,0	11,19	11,50	-2,7
Sardina	20.426	22.939	-11,0	2,46	2,44	0,8
Trucha	3.764	4.199	-10,4	2,76	2,77	-0,4
Resto pescado fresco	29.998	31.279	-4,1	6,80	6,41	6,1
Total pescado fresco	268.970	283.431	-5,1	5,60	5,51	1,6

Red de Mercas

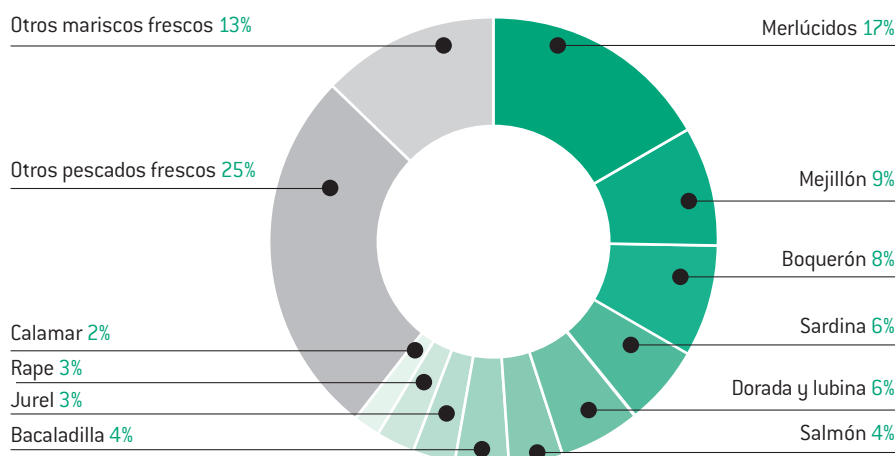
Comercialización y precios de marisco fresco / moluscos / cefalópodos

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
	2010	2009	% 10/09	2010	2009	% 10/09
Almeja	7.486	8.146	-8,1	8,71	9,35	-6,8
Berberecho	2.032	2.008	1,2	7,97	9,00	-11,4
Calamar	8.697	8.716	-0,2	9,20	9,17	0,3
Cangrejo	1.142	1.147	-0,4	2,29	2,42	-5,4
Chirla	7.513	7.682	-2,2	4,71	5,02	-6,2
Cigala	2.361	2.436	-3,1	22,82	23,64	-3,5
Gamba	3.191	3.920	-18,6	23,10	19,41	19,0
Jibia o sepia	6.900	6.775	1,8	6,41	6,32	1,4
Langostino	822	1.740	-52,8	23,92	22,53	6,2
Mejillón	33.481	33.689	-0,6	1,51	1,51	0,0
Nécora	1.129	1.173	-3,8	11,78	11,01	7,0
Pulpo	3.882	4.394	-11,7	7,36	7,41	-0,7
Resto marisco fresco	9.607	9.859	-2,6	9,32	9,94	-6,2
Total marisco fresco	88.243	91.685	-3,8	6,48	6,80	-4,7

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros frescos en 2010

Productos más representativos



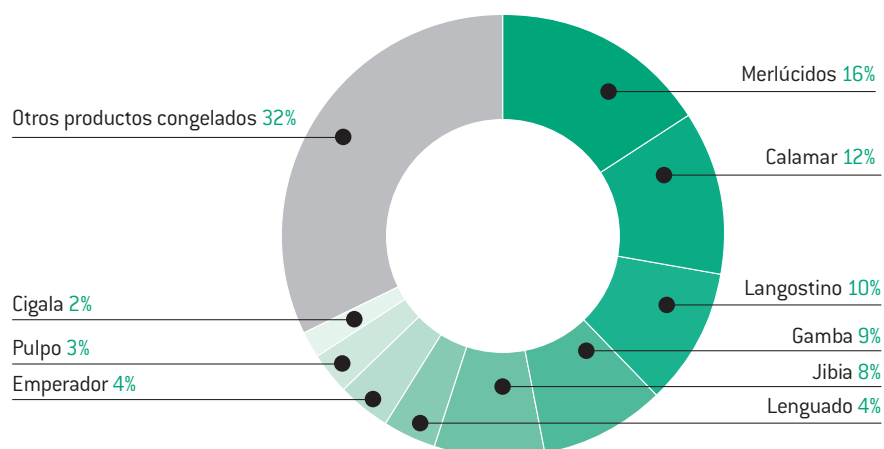
Red de Mercas

Comercialización y precios de productos pesqueros congelados

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
	2010	2009	% 10/09	2010	2009	% 10/09
Emperador/pez espada	4.404	4.633	-4,9	6,50	6,38	1,9
Lenguado	5.050	5.205	-3,0	5,61	6,62	-15,3
Merluza	13.384	12.990	3,0	4,56	4,97	-8,2
Pescadilla	5.714	5.891	-3,0	2,42	2,53	-4,3
Calamar	14.880	15.830	-6,0	4,36	4,16	4,8
Cigala	2.569	2.519	2,0	10,11	9,67	4,6
Gamba	10.392	10.504	-1,1	15,41	15,97	-3,5
Jibia o sepia	8.983	8.400	6,9	4,41	4,31	2,3
Langostino	12.224	14.513	-15,8	9,49	9,82	-3,4
Pulpo	3.204	2.741	16,9	7,84	7,84	0,0
Volador o pota	1.694	1.452	16,7	2,59	2,55	1,6
Resto pescado congelado	18.640	20.248	-7,9	5,16	6,05	-14,7
Resto marisco congelado	3.139	3.012	4,2	15,22	14,80	2,8
Resto congelados	15.476	19.069	-18,8	3,23	3,41	-5,3
Total congelados	119.753	127.007	-5,7	6,38	6,61	-3,5
Total productos pesqueros	476.966	502.123	-5,0	5,96	6,03	-1,2

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros congelados en 2010



Red de Mercas

Comercialización de carnes en 2010. Mataderos y Mercados de Carnes

Toneladas

	Ovino		Porcino		Vacuno		Resto		Total	
	2010	%	2010	%	2010	%	2010	%	2010	%
Mercabarna	4.905	26,6	-	-	21.554	24,0	701	1,7	27.160	10,2
Mercamurcia	1.362	7,4	8.862	7,5	7.181	8,0	-	-	17.405	6,5
Mercavalencia	717	3,9	49.516	41,8	2.305	2,6	-	-	52.538	19,7
Mercazaragoza	6.018	32,6	10.903	9,2	7.267	8,1	332	0,8	24.520	9,2
M. Carnes Mercalaspalmas	22	0,1	1.789	1,5	1.377	1,5	935	2,3	4.123	1,5
M. Carnes Mercamadrid	5.422	29,4	47.283	40,0	49.963	55,7	38.913	95,2	141.581	53,0
Total Red	18.446	100,0	118.353	100,0	89.647	100,0	40.881	100,0	267.327	100,0

Número de cabezas (mataderos)

	Ovino		Porcino		Vacuno		Resto		Total	
	2010	%	2010	%	2010	%	2010	%	2010	%
Mercabarna	388.864	36,6	-	-	89.639	61,7	2.862	69,5	481.365	24,4
Mercamurcia	119.128	11,2	84.203	11,0	22.496	15,5	-	-	225.827	11,4
Mercavalencia	63.421	6,0	550.396	71,9	9.491	6,5	-	-	623.308	31,5
Mercazaragoza	490.353	46,2	131.060	17,1	23.677	16,3	1.257	30,5	646.347	32,7
Total Red	1.061.766	100,0	765.659	100,0	145.303	100,0	4.119	100,0	1.976.847	100,0

Red de Mercas

Evolución de la comercialización de carnes¹. Mataderos y Mercados de Carnes

Toneladas

	2006	2007	2008	2009	2010
Mercabarna	31.660	32.771	31.513	26.967	27.160
Mercamurcia	16.977	15.837	16.741	15.573	17.405
Mercavalencia	48.547	61.524	59.149	53.010	52.538
Mercazaragoza	20.842	20.227	24.762	24.278	24.520
M. Carnes Mercalaspalmas	4.897	4.325	4.876	4.484	4.123
M. Carnes Mercamadrid	78.925	108.001	167.821	183.257	141.581
Total Red	201.848	242.685	304.862	307.569	267.327

1. Mercapalma y Mercasevilla disponen de mataderos, pero actualmente la gestión y explotación de los mismos las realizan empresas privadas.

Red de Mercas

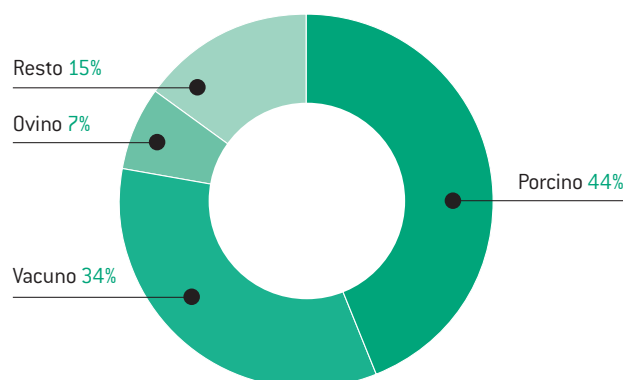
Comercialización y precios de carnes

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo/canal)		
	2010	2009	% 10/09	2010	2009	% 10/09
Vacuno	89.647	97.905	-8,4	3,66	3,77	-2,9
Porcino	118.353	129.844	-8,8	1,72	1,70	1,2
Ovino	18.446	21.971	-16,0	6,32	6,45	-2,0
Resto	40.881	57.849	-29,3	2,46	2,46	0,0
Total carnes	267.327	307.569	-13,1	2,80	2,84	-1,4

Red de Mercas

Comercialización de carnes en 2010

Productos más representativos



Comercialización total en la Red de Mercas, incluidos los Mercados Mayoristas y las instalaciones de las Zonas de Actividades Complementarias

Red de Mercas

Volumen y valor de la comercialización en Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias

Total frutas y hortalizas, pescados y mariscos, y carnes en 2010

	Toneladas	Millones de euros
Mercalgeciras	5.241	18,3
Mercalicante	86.234	105,7
Mercasturias	78.727	90,5
Mercabadajoz	12.027	16,0
Mercabarna	1.527.000	2.416,3
Mercabilbao	241.624	367,7
Mercacórdoba	69.569	71,8
Mercagalicia	41.987	42,3
Mercagranada	141.644	149,3
Mercairuña	35.830	56,5
Mercajerez	48.135	44,5
Mercalaspalmas	206.260	220,2
Mercaleón	24.155	37,7
Mercamadrid*	1.884.103	3.467,5
Mercamálaga	233.491	468,3
Mercamurcia	104.846	178,3
Mercapalma	173.791	233,6
Mercasalamanca	60.430	60,2
Mercasantander	37.079	36,7
Mercasevilla	313.221	417,6
Mercatenerife	111.456	123,7
Mercavalencia	476.781	1.358,7
Mercazaragoza	183.322	403,5
Total Red	6.096.953	10.384,9

* Los totales de Mercamadrid incluyen otros productos de alimentación congelados no incluidos en los epígrafes.

Red de Mercas

Volumen y valor de la comercialización en Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias

Frutas, hortalizas y patatas en 2010

	Toneladas	Millones de euros
Mercalgeciras	2.071	1,8
Mercalicante	81.697	86,6
Mercasturias	74.617	68,6
Mercabadajoz	10.950	10,7
Mercabarna	1.300.318	1.170,3
Mercabilbao	211.125	202,7
Mercacórdoba	62.284	46,7
Mercagalicia	41.839	41,4
Mercagranada	130.406	100,4
Mercairuña	32.460	34,1
Mercajerez	44.288	33,2
Mercalaspalmas	196.778	181,0
Mercaleón	19.629	20,2
Mercamadrid*	1.420.563	1.449,0
Mercamálaga	169.563	166,2
Mercamurcia	76.237	72,4
Mercapalma	152.128	150,6
Mercasalamanca	57.997	47,6
Mercasantander	37.079	36,7
Mercasevilla	249.609	222,2
Mercatenerife	111.456	123,7
Mercavalencia	248.700	211,4
Mercazaragoza	124.443	120,7
Total Red	4.856.237	4.598,3

Red de Mercas

Volumen y valor de la comercialización en Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias

Pescados y mariscos en 2010

	Toneladas	Millones de euros
Mercalgeciras	3.170	16,5
Mercalicante	1.416	8,4
Mercasturias	3.493	20,8
Mercabadajoz	1.077	5,3
Mercabarna	176.093	1.054,8
Mercabilbao	30.499	165,0
Mercacórdoba	6.952	24,2
Mercagalicia	148	0,9
Mercagranada	11.238	48,9
Mercairuña	3.370	22,4
Mercajerez	310	1,3
Mercalaspalmas	5.359	29,3
Mercaleón	1.390	8,7
Mercamadrid	193.839	1.275,5
Mercamálaga	44.078	271,5
Mercamurcia	11.204	60,7
Mercapalma (M. Peix)	7.116	42,4
Mercasalamanca	2.433	12,6
Mercasevilla	22.662	81,1
Mercavalencia	175.543	1.042,7
Mercazaragoza	24.463	161,0
Total Red	725.853	4.354,1

Red de Mercas

Volumen y valor de la comercialización en Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias

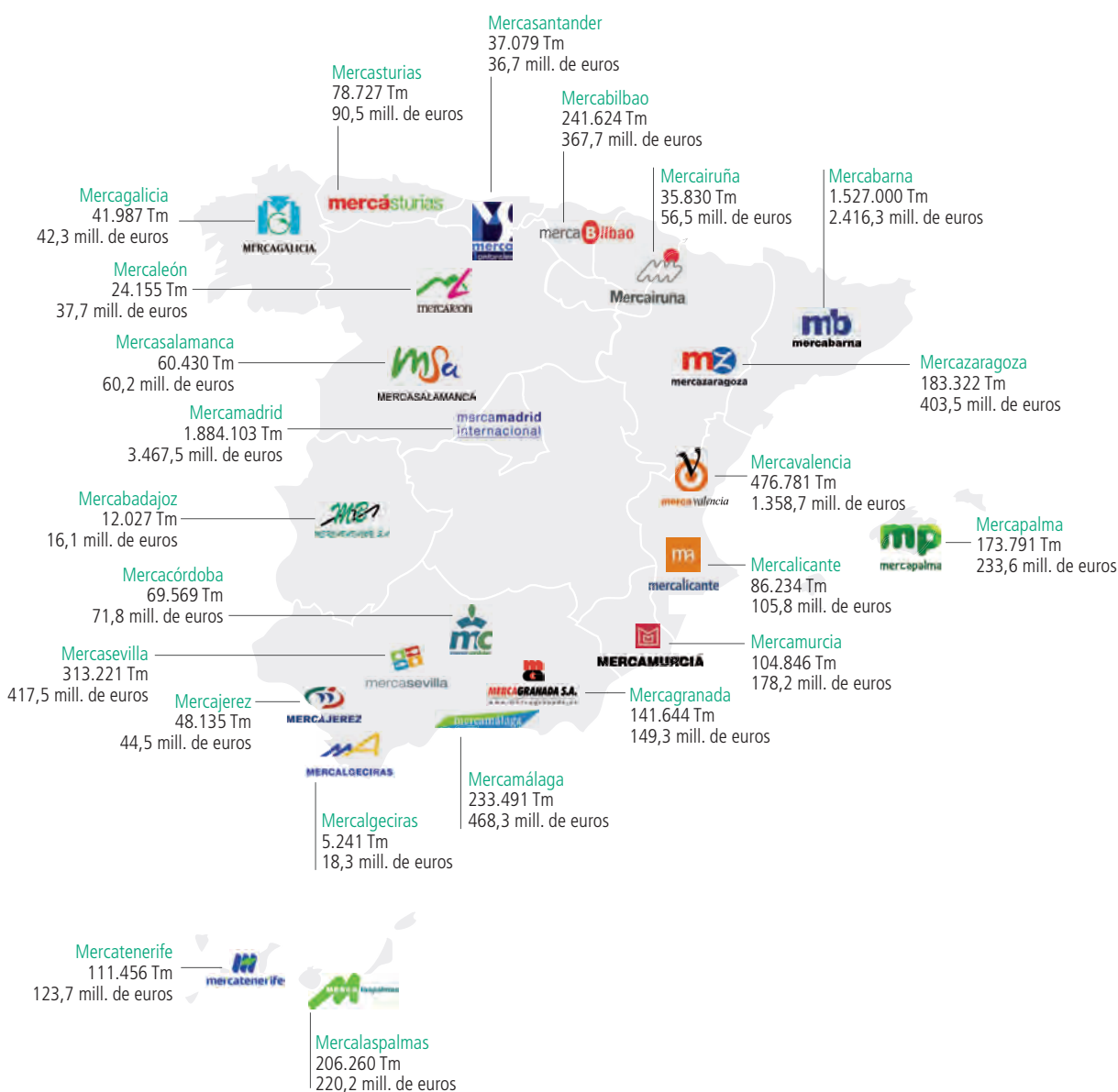
Carnes en 2010

	Toneladas	Millones de euros
Matadero Mercabarna	50.589	191,2
Matadero Mercamurcia	17.405	45,1
Matadero Mercavalencia	52.538	104,6
Matadero Mercazaragoza	34.416	121,8
Mercado de Carnes Mercalaspalmas	4.123	9,9
Mercado de Carnes Mercamadrid	161.290	455,8
Inst. Cárnicas en ZAC Mercalicante	3.121	10,7
Inst. Cárnicas en ZAC Mercasturias	617	1,0
Inst. Cárnicas en ZAC Mercacórdoba	333	0,9
Inst. Cárnicas en ZAC Mercajerez	3.537	9,9
Inst. Cárnicas en ZAC Mercaleón	3.136	8,8
Inst. Cárnicas en ZAC Mercamálaga	19.850	30,6
Inst. Cárnicas en ZAC Mercapalma (Mat.gestión privada)	14.547	40,6
Inst. Cárnicas en ZAC Mercasevilla (Mat.gestión privada)	40.950	114,3
Total Red	406.452	1.145,2

Red de Mercas

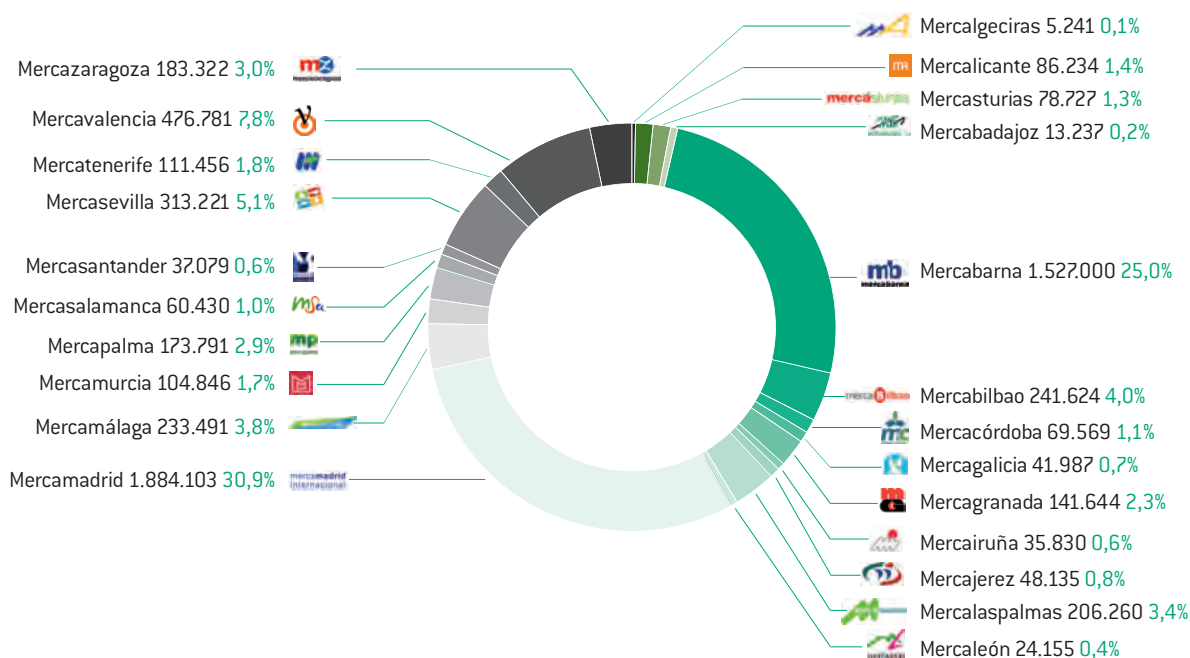
Volumen y valor de la comercialización en Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias

Total frutas y hortalizas, pescados y mariscos, y carnes en 2010



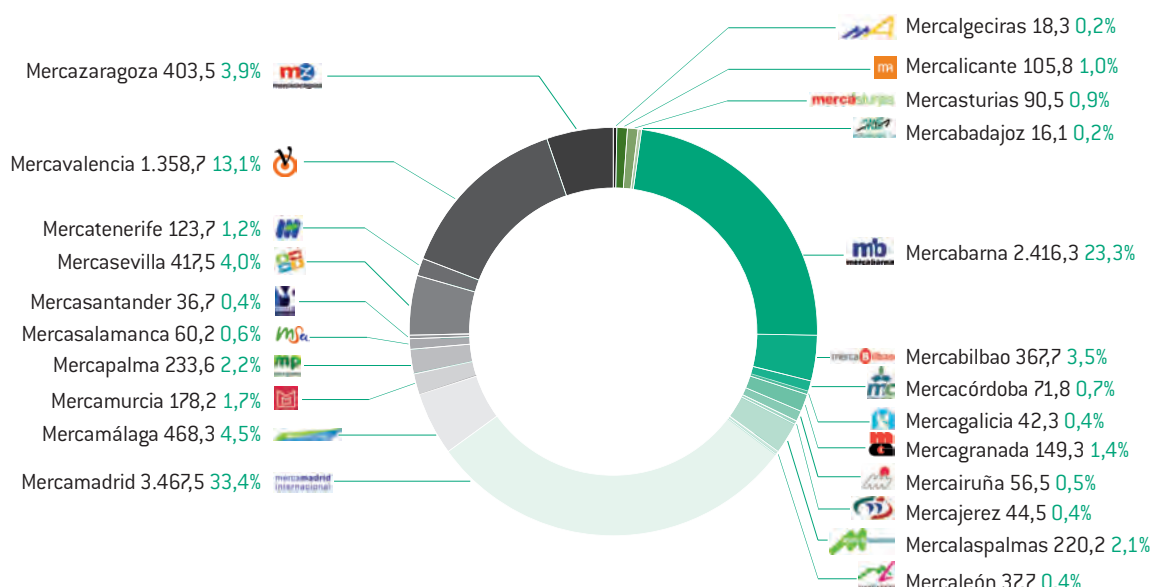
Volumen total de comercialización

Toneladas



Valor total de comercialización

Millones de euros



Mejora y ampliación de servicios en la Red de Mercas

Principales actuaciones en 2010

Mercalgeciras

Durante el año 2010 se ha consolidado la ocupación del Mercado de Frutas y se ha firmado el contrato para la cesión de parte de la parcela disponible para la instalación de una estación de servicio.

Se han realizado diversas modificaciones en la red de abastecimiento de agua y en la regulación de su uso, que ha supuesto un ahorro del 37% del consumo. Igualmente, se ha procedido al desbrozado, limpieza y explanación sin compactación de la parcela disponible de 10.693 m², a la reparación y remodelación de la cubierta de la nave de frutas y de la recogida de pluviales en toda la nave, así como a la regulación de encendidos y apagados de alumbrado con la obtención de una reducción del 9% en el consumo de energía eléctrica.

En relación con la planta fotovoltaica, en 2010 se obtuvo la inscripción en el registro de preasignación de retribución de los proyectos de energía fotovoltaica en la segunda convocatoria del año, por lo que se prevé que la planta esté en pleno funcionamiento en 2011.

Mercalicante

Durante 2010, Mercalicante consiguió grandes mejoras de gestión al ponerse en marcha el Plan Estratégico para el periodo 2010-2012, presentando un incremento del resultado de explotación del 12,2% respecto a 2009 y la entrada en beneficios, que triplican ampliamente los del año anterior, cambiando la tendencia negativa en la que se había instalado durante los últimos quince años.

El exhaustivo control del gasto, en combinación con la política de Mercasa de búsqueda de sinergias, que le ha permitido un ahorro sustancial en el suministro eléctrico, unida a un ambicioso plan de ajustes en las políticas de personal, ha permitido dar los primeros pasos en el reajuste de la situación económica de la sociedad.

Entre los hechos acaecidos en 2010 se encuentran dos importantes traspasos, así como la venta de una parte de la Central de Frío, y las primeras negociaciones para el resto de la central, lo que supondrá la enajenación de un servicio que resultaba deficitario para la sociedad, y que no era parte de la actividad propia de la Merca. Garantizando al tiempo un excelente suministro de frío para las empresas que desarrollan su actividad en esta Merca.

En cuanto a las inversiones, y de acuerdo al plan de austeridad del Gobierno, la sociedad se ha limitado a finalizar las obras de adecuación del edificio administrativo y los cambios de iluminación e instalaciones eléctricas en busca de mejoras de la eficiencia energética. De acuerdo a las recomendaciones del estudio sobre el posicionamiento realizado por Mercasa, y al desarrollo e implantación del Plan Estratégico 2010-2011, Mercalicante ha comenzado a realizar los cambios de imagen necesarios para reforzar el conocimiento de la Merca entre sus potenciales clientes.

Mercasturias

Durante el año 2010 se han realizado las adecuaciones necesarias para mantener la Unidad Alimentaria en estado óptimo de funcionamiento, seguridad, gestión medioambiental y eficiencia.

En cuanto a seguridad, se han mejorado la imagen y el funcionamiento de los cierres de persiana en los locales de los mayoristas y se ha sustituido un tramo de valla perimetral en el lindero con el parque tecnológico.

En relación con el ahorro energético, el cambio en la cúpula de policarbonato de varios tramos de lucernario y la sustitución de una de las máquinas de limpieza por otra, cuyo motor cumple las especificaciones TIER-3, han ayudado a conseguir mejor iluminación natural en el interior de las naves y garantizar la ejecución de la limpieza en condiciones de máxima eficiencia por sus bajas emisiones, mínimo consumo de combustible y bajo ruido.

En colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Asturias, se ha puesto a su disposición un espacio con cámara de frío para la gestión de alimentos, que implica una reducción de residuos y un mayor aprovechamiento de productos de bajo valor comercial.

Durante 2010 se acometió la primera encuesta de satisfacción del personal, y la de necesidades/expectativas de los ayuntamientos socios. También se desarrolló la tercera sobre satisfacción de clientes.

Se continúa con la implementación del modelo de excelencia en la gestión EFQM. Se ha llevado a cabo de nuevo una autoevaluación y posterior homologación, con la herramienta Perfil, obteniendo una puntuación de 338.

Mercabadajoz

En 2010 se ha continuado en la línea de prestación de nuevos servicios a los usuarios de la Unidad Alimentaria mediante el pleno funcionamiento de las nuevas instalaciones, agrupadas en torno a una estación de servicio, centro de lavado y edificio de restauración.

Se han finalizado las obras de renovación de la cubierta de la nave principal, con una inversión aproximada de 220.000 euros.

En relación con la energía fotovoltaica, se ha aplazado a 2011 la instalación de dos plantas fotovoltaicas de 100 kW sobre las cubiertas de la nave de Mercado y la nave Multi-servicio.

Durante este año se han realizado todos los procedimientos necesarios para poder adquirir las acciones pertenecientes a accionistas privados, para conseguir que todo el capital de la sociedad sea de titularidad pública y de esta forma configurarse como medio propio instrumental del Ayuntamiento de Badajoz y de la Administración del Estado, a través de Mercasa. Está previsto que dicho proceso consiga completarse en 2011.

Mercabarna

El ejercicio 2009 se cerró con la aprobación, por parte del plenario del Consejo Municipal del Ayuntamiento de Barcelona, del cambio de gestión del Servicio Público de los Mercados Centrales a forma directa.

En 2010 se trabajó, conjuntamente con las asociaciones gremiales, para encontrar la mejor opción para que los Mercados Centrales de Frutas y Hortalizas y Pescados, además de recoger las bondades de la experiencia adquirida y su viabilidad económica, contemplen como objetivo la mejora de las instalaciones, la competitividad y la funcionalidad de las empresas.

Las nuevas inversiones llevadas a cabo en el ejercicio 2010 ascienden a 5,86 millones de euros. El mayor exponente es la recuperación del espacio que se liberó con el traslado de las instalaciones provisionales del Mercado Central de la Flor al centro comercial Mercabarna-Flor, en la localidad de Sant Boi de Llobregat. La nueva urbanización, de 20.000 m², se compone de tres islas que disponen de zonas de atraque adaptadas a los 16,5 metros. En la isla central se ha iniciado la construcción de un nuevo edificio de 7.057 m², tipo multi-servicio (Multiservei III) que albergará una nave compartimentada y dividida en ocho almacenes, con unas superficies que van desde los 700 m² hasta los 1.200 m².

En marzo de 2010 entró en funcionamiento la nueva puerta de salida para vehículos de Mercabarna, que da acceso directo a la calle F de la Zona Franca. La puerta facilita las comunicaciones entre Mercabarna y el 22AL, los terrenos contiguos al recinto donde hay ubicadas varias empresas de la Unidad Alimentaria.

En cuanto a innovación, Mercabarna sigue liderando el Plan Estratégico del Clúster de Empresas del Sector Agroalimentario de Barcelona, con el apoyo de otras instituciones y entidades como la Asociación de Concesionarios de Mercabarna (ASSOCOME), el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona y 22@Barcelona. El objetivo final de este plan es la mejora de la competitividad de las empresas alimentarias, fomentando la implantación de innovación en sus productos, procesos y operativas.

Mercabarna también lidera el clúster Mediterranean Agrofood Innovation Network (MAIN MED), dentro del programa ENPI (European Neighboring Project) CBCMED (Cross Border Cooperation in the Mediterranean) de la Unión Europea.

Por otra parte, Mercabarna y el Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA) firmaron el pasado 18 de enero un convenio para colaborar en los ámbitos de la inves-

tigación y la transferencia de tecnología. Este acuerdo prevé promover la investigación agroalimentaria en los sectores de las frutas y hortalizas, la carne, el pescado y el marisco en aspectos como la innovación tecnológica en la transformación, la conservación, el envasado y vida comercial y el desarrollo de productos de cuarta y quinta gama.

Mercabarna y la Universidad Politécnica de Cataluña firmaron en marzo de 2010 un convenio para colaborar en los ámbitos de la investigación, la tecnología y la formación a través del asesoramiento y el intercambio de información. El proyecto principal que contempla este acuerdo consiste en estudiar cómo incorporar los criterios de sostenibilidad y eficiencia energética dentro de los futuros proyectos arquitectónicos que se realicen en Mercabarna.

En 2010, Mercabarna implantó una plataforma de telefonía IP para dar servicio a todas las empresas de la Unidad Alimentaria, así como posibles delegaciones y oficinas externas. De este modo se dota al sistema de nuevos servicios/facilidades de comunicación para los usuarios.

En cuanto a actividades promocionales, Mercabarna y diecisiete empresas de los diferentes sectores de actividad de su recinto participaron en la feria bianual Alimentaria y la Merca participó también en la feria Fruit Atraction.

Mercabarna ha inaugurado el Centro Interactivo del Pescado (CIP) el 14 de junio de 2010. Un proyecto pionero en España que tiene como objetivo incentivar el consumo de los productos pesqueros entre la población infantil.

El pasado 24 de septiembre, en el Royal Lancaster Hotel Hyde Park de Londres, Mercabarna-Flor recibió un premio internacional de arquitectura, concedido por importantes empresas del sector inmobiliario y de la propiedad industrial agrupadas en la asociación Worldproperties y que disfrutan de un gran prestigio en el mundo anglosajón. En la concesión de este galardón ha pesado la originalidad arquitectónica del edificio y su construcción basada en criterios de sostenibilidad.

En este ejercicio se ha tenido una especial sensibilidad en desarrollar actividades complementarias con repercusión social, o vinculadas a aspectos derivados de las consecuencias de la crisis económica. Conviene destacar los esfuerzos realizados en el ámbito de la formación tanto continua como

ocupacional, la participación en planes de empleo impulsados por Barcelona Activa y SOC (Servei d'Ocupació de Catalunya) y el aumento en subcontrataciones de empresas con programas de responsabilidad social.

Mercabilbao

La apuesta por la mejora y conservación de las instalaciones del mercado iniciada en ejercicios anteriores, con el fin de ofrecer un mejor servicio, prosiguió durante 2010 en Mercabilbao. A los planes habituales de un mantenimiento preventivo de las instalaciones se suman los requerimientos de seguridad y prevención de riesgos laborales, así como la potenciación de la imagen del mercado.

En el campo de proyección de la imagen y de apoyo al comercio, con el fin de promocionar el consumo responsable y saludable, durante 2010 se llevaron a cabo semanalmente talleres sensoriales de fruta y pescado dirigidos a escolares y otros colectivos interesados, mediante el acuerdo con Slow Food, con quien, a través de sus cocineros, se difunde la imagen de Mercabilbao en sus visitas comerciales al exterior. Con idéntica finalidad, durante la primavera se presentó la campaña publicitaria de calidad de los productos, adhiriéndose a la misma medio millar de establecimientos comerciales que diariamente adquieren sus productos en el mercado. De igual forma, con la edición de un DVD de presentación de las actividades del mercado, distribuido entre las empresas para la promoción de sus actividades, así como con la participación activa en congresos y conferencias de la Unión Mundial de Mercados, ANMAPE y la Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Euskadi, o con nuestra entrada en el Clúster de Alimentación de Euskadi, se pretende consolidar la percepción del conjunto como elemento tractor de las actividades del mercado.

Como reconocimiento a las actuaciones en el campo ambiental, en junio de 2010 Mercabilbao recibió el galardón de la "Escoba de Plata" en la feria de Urbanismo y Medio Ambiente, premiándose la apuesta decidida por la limpieza de las instalaciones y una gestión sostenible del residuo generado.

Durante 2010 se elaboraron el plan general de autoprotección, los planes de coordinación de actividades empresariales y se renovaron las certificaciones del sistema integrado de calidad ISO 9001 y 14001.



Mercacórdoba.



Mercasturias.



Mercairuña.



Mercamurcia.



Mercagalicia.

Se han perfeccionado los acuerdos que han posibilitado la amortización, mediante reducción de capital, de las acciones titularidad de privados, convirtiéndose Mercabilbao en una sociedad 100% pública para afrontar el futuro.

Se han puesto en marcha las herramientas informáticas necesarias para que los clientes puedan hacer un seguimiento directo a través de la web de Mercabilbao de la evolución de sus registros administrativos, así como la recepción vía electrónica de sus documentos mercantiles. Nace también en 2010 el boletín informativo electrónico *Berrixka* que, además de dar a conocer las actuaciones del mercado con periodicidad trimestral, sirve de transmisor de manera puntual de avisos e informaciones de interés para los operadores.

Mercacórdoba

A lo largo de 2010 se pusieron en marcha en Mercacórdoba unas nuevas instalaciones destinadas a la manipulación de pescado y se ha implantado una empresa dedicada a la gestión de palés de madera.

Durante 2011 está previsto el inicio de las obras del proyecto de ampliación de la gasolinera, una vez obtenidas las licencias urbanísticas preceptivas. También la Gerencia de Urbanismo ha aprobado la modificación del planeamiento urbanístico para regular el uso de la edificación disponible.

El Consejo de Administración ha revisado el contenido de los planes estratégicos para adaptarlos a la situación actual. También se han presentado a los mayoristas de pescado las propuestas estratégicas sobre el mercado. Fruto de estas propuestas se ha trabajado, al igual que con los mayoristas de frutas, en el desarrollo de oportunidades de negocio.

Continúan en marcha las tres comisiones (cobros, envases y horarios) integradas por mayoristas y personal de Mercacórdoba para abordar la problemática del Mercado de Frutas y Hortalizas.

En noviembre de 2010 se firmó el convenio colectivo para el período 2009-2012, que incluye el Plan de Igualdad. Asimismo, tras un proceso de reflexión sobre la estructura organizativa y sobre las funciones de los puestos de trabajo, se ha rediseñado el organigrama de la empresa al objeto de adaptarlo a las necesidades actuales de la organización.

Se está llevando a cabo la implantación de una herramienta para la gestión documental al objeto de hacer más eficientes los procesos de gestión y disminuir el uso de papel.

Con el ánimo de mejorar la competitividad del comercio minorista de alimentación en la ciudad se ha ejecutado el Plan de Excelencia del Comercio Vecinal, que abarca aspectos sanitarios, de normativa comercial y de atención al cliente.

Durante el año escolar 2009-2010, en el marco del Programa Educativo de Mercacórdoba, se desarrolló la actividad “Del campo y del mar al Comercio Vecinal” en la que podían participar los colegios que lo desearan. Finalmente han acudido 79 grupos y 3.177 alumnos de primaria.

Mercagalicia

En 2010 se produjo un cambio de titularidad en la ocupación de una superficie en la ZAC de unos 900 m², pasando a ser de una plataforma logística de una importante cadena de distribución regional. Se realizaron, a primeros de año, las obras necesarias para la transformación y preparación interior de las instalaciones en orden a adecuarlas a las necesidades de la firma logística.

Durante el año se ha mantenido la ocupación del 100% en el Mercado de Frutas y Hortalizas.

Mercagranada

Mercagranada consiguió en 2010 mantener y alcanzar un beneficio de explotación histórico para la sociedad, permitiendo que los resultados empiecen a estabilizarse en beneficios.

Durante 2010, Mercagranada culminó el proceso que por la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público, pasa a ser medio propio del Ayuntamiento y asumir la gestión directa de la sociedad eliminando el límite temporal de la sociedad.

En 2010 se realizaron varias obras de acondicionamiento de las instalaciones, destacando la reparación de la red de saneamiento y suministro de agua, y la modernización del control de accesos, lo que supondrá un ahorro en personal y mejorará el servicio a la entrada y salida, permitiendo un cobro más eficiente.

Además se ha negociado un convenio colectivo para los próximos cuatro años, que derivará en ahorros en costes de personal en los años sucesivos.

2010 ha supuesto para Mercagranada un año de consolidación de resultados positivos, en el que los importantes logros en la reducción de costes han ido acompañados de una importante acción social; en colaboración con el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Granada ha creado el programa “Conocemos Mercagranada y los alimentos”. Se trata de una serie de visitas realizadas por los colegios a la Merca donde se les presentan los alimentos en el propio mercado y luego realizan talleres sensitivos. Además se ha realizado este año la sexta edición de Mercarest, donde se presentan la IV y V gamas al sector Horeca y cuyos beneficios han sido para la ONG Banco de Alimentos.

Mercairuña

A finales de 2010 se presentó la aprobación inicial del Proyecto de Reparcelación de la ZN-1 de la Unidad Integrada I “Norte” del Plan Municipal de Pamplona (que incluye la parcela nº 2 de la ZAC de Mercairuña y otros terrenos de particulares) por parte de la Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de Pamplona y promovido por la Junta de Compensación Mercairuña. Se espera conseguir en 2011 la aprobación definitiva de la Modificación del Plan Parcial y Proyecto de Reparcelación.

Se han finalizado las obras de urbanización del vial principal de acceso al futuro centro penitenciario, ejecutadas por cuenta de la Sociedad Estatal SIEP, en la parte que atraviesa los terrenos de la Unidad Alimentaria. Quedarían pendientes de terminar los dos viales transversales al vial ejecutado, que se realizarán en los próximos años.

Respecto a la renovación de las instalaciones, se han instalado nuevos sistemas de videovigilancia y se han llevado a cabo inversiones en aplicaciones y equipos informáticos.

Mercajerez

Mercajerez consiguió en 2010 mejorar la comercialización en frutas y hortalizas, siendo el aumento en tonelaje la base de esa mejora.

Debido a los siniestros climatológicos, por los que se deterioraron las cubiertas de una de las naves, en 2010 se procedió

al cambio de las mismas mediante los procedimientos establecidos por la ley, de forma que se utilizaron los protocolos específicos establecidos para su retirada y envío al vertedero para ser recicladas.

Mercalaspalmas

El nivel de ocupación ha sido de un 93,7% de los 56.862 m² de espacios comerciales de toda la Unidad Alimentaria. Durante el ejercicio se produjo la reocupación de 1.221 m² y el traspaso de 1.059 m². Se puede destacar como ocupación de nuevos espacios la adjudicación del arrendamiento de 25.722 m² de cubiertas de naves para el emplazamiento y explotación de la planta solar fotovoltaica Mercalaspalmas I de 1.800 kW de potencia. Las actuaciones medioambientales del ejercicio se han centrado en ejecutar y ampliar las acciones previstas en el Plan Energético de Mercalaspalmas.

Las inversiones realizadas en el ejercicio ascendieron a un total de 1,8 millones de euros.

Durante 2010 se desarrolló con éxito la segunda campaña “De visita en Merca”, resultado del convenio suscrito con la Consejería de Educación y Universidades del Gobierno de Canarias, dirigida a escolares de primaria con el objetivo de fomentar una alimentación sana y equilibrada y, a la vez, posibilitarles un contacto con el mundo de la producción y del comercio mayorista de productos agroalimentarios. A lo largo del año se realizaron 65 visitas de centros escolares, con un total de 2.851 alumnos.

Con el objetivo de mejorar los accesos, el control de vehículos y su estacionamiento, en Mercalaspalmas se han acometido las obras de la marquesina de acceso a la Unidad Alimentaria y la dotación de cubiertas al aparcamiento de la zona de edificio administrativo.

Mercaleón

El proceso iniciado en 2009 por la sociedad de reestructuración del mercado para su comercialización ha culminado en el ejercicio 2010 con una ocupación casi del total de sus instalaciones.

Durante el ejercicio ha finalizado el contrato de arrendamiento de la Unidad de Suministro de Gasoil, ubicada en el interior del recinto de la Unidad Alimentaria, por lo que las instalaciones fijas de la misma se incorporan al inmovilizado de la sociedad.

A posteriori se ha convocado un nuevo concurso para la adjudicación de instalaciones fijas y posterior explotación de la unidad de suministro por un nuevo plazo de cinco años.

Mercamadrid

Las actuaciones abordadas en 2010 suponen una continuidad de la mejora y modernización de las infraestructuras para aumentar la calidad de los servicios que se prestan, potenciar el cuidado y mantenimiento del medio natural, poner en marcha nuevos proyectos y desarrollar negocios que permitan mantener la línea de crecimiento y expansión ya iniciada.

El proyecto de ampliación de Mercamadrid, como viene sucediendo en los ejercicios anteriores, es la acción más destacada, tanto por el volumen de recursos aplicados como por su trascendencia.

Las obras de urbanización continuaron a lo largo de 2010, fundamentalmente en relación al enlace y finalización de la galería de servicios, conexión de las instalaciones y finalización del vial 7.

Para dichas actuaciones, a lo largo de 2010 se invirtieron 4,7 millones de euros, que, junto a lo ya invertido en ejercicios anteriores, constituye un total de casi 70 millones de euros.

Respecto al resto de inversiones, en 2010 los mayores esfuerzos se centraron en la mejora de los Mercados Centrales de la Unidad Alimentaria.

En relación con el medio natural se procedió a la contratación de trabajos específicos de mejora de las zonas ajardinadas en los principales viales del polígono y la zona comercial. También se han instalado contenedores de gran capacidad y escaleras para facilitar el acceso a los mismos.

Con respecto a la movilidad se han desarrollado actuaciones como la nueva señalización vertical y el asfaltado del acceso por la M-40.

Del mismo modo se ha procedido a la instalación de una nueva báscula de pesaje y ha culminado el proceso iniciado en 2009 para la renovación de equipos informáticos.

En cuanto al orden social, Mercamadrid continúa desarrollando una importante labor social, dirigida tanto al conjunto

de las pymes, principalmente minoristas, como al conjunto de trabajadores y usuarios que acuden diariamente al polígono. La potenciación de los servicios que se ofrecen desde la Oficina de Atención Personalizada y Apoyo Empresarial, adscrita a la Agencia de Empleo del Ayuntamiento de Madrid, con un notable éxito en la intermediación laboral y que desde mayo de 2009 se convirtió en bolsa de empleo especializada en el sector alimentario, las actividades de promoción de la investigación y la formación desarrollada a través de la Cátedra Mercamadrid (UPM), o las derivadas de convenios de colaboración con distintas fundaciones y asociaciones, son ejemplos de actividades enmarcadas dentro de esta acción social.

Mercamálaga

El índice de ocupación al cierre de 2010 era de un 97,96%. Actualmente sólo quedan libres dos parcelas urbanizadas, una de 5.361 m² con la posibilidad de la edificación de 3.500 m² y otra de 2.344 m² con una posibilidad de edificación de 1.250 m².

El Plan Conjunto con la Asociación de Pescados para la erradicación de la comercialización de inmaduros ha dado como resultado unos decomisos de 4.127 kg, un 0,009% del total comercializado.

Las inversiones directas realizadas por Mercamálaga en 2010 ascendieron a 334.582 euros y se destinaron principalmente al nuevo plan integral de recogida de residuos, ampliación del sistema de vigilancia, adaptación y mejora de construcciones como edificios y centralización de contadores, maquinaria, mobiliario y equipos de procesos de información.

A lo largo de 2010 se ha trabajado en el proyecto de la cesión de los derechos de vuelo de las naves para la implantación de plantas fotovoltaicas, aproximadamente 1.300 kWp. Se prevé su adjudicación en 2011.

Finalmente, a lo largo del año se han seguido impartiendo cursos y acciones formativas en la escuela permanente de formación de la Unidad Alimentaria, con gran participación de alumnado.

En el marco del apoyo al Banco de Alimentos, que se viene realizando desde su fundación hace ya más de doce años, se puede resaltar que durante 2010 se le ha cedido un



Mercabadajoz.



Mercasantander.



Mercasalamanca.



Mercamálaga.



Mercaleón.

espacio dentro de las instalaciones de la Unidad Alimentaria y se le ha facilitado la cantidad de 905.138 kg de alimentos frescos.

Mercamurcia

Las inversiones realizadas en Mercamurcia en 2010 ascendieron a 294.000 euros. La inversión más importante ha sido la destinada a adecuar todas las instalaciones a las especificaciones recogidas en la nueva normativa de baja tensión. En 2010 se continuó con la implantación de instalaciones de energía solar fotovoltaica. Un capítulo importante de las inversiones de este año ha sido la impermeabilización de una parte de las cubiertas del Matadero y del Mercado de Pescados para evitar filtraciones posteriores, como paso previo a la instalación de los equipos de producción de energía. Hasta 2010 hay implantados 12.450 m² de cubiertas, que suponen una producción de 0,76 MW de energía. Está previsto que a mediados del año 2011, con la finalización de todas las instalaciones proyectadas, la potencia fotovoltaica nominal instalada sea de 1,65 MW. El resto de inversiones corresponden a mejoras funcionales y estructurales de otras secciones, como el Matadero o el Mercado de Frutas y Hortalizas.

A mediados de año se renovaron las certificaciones del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9000 en Matadero, Mercado de Frutas y Hortalizas y Mercado de Pescado, y la certificación ISO 14001:2004 de Gestión Medioambiental.

Mercamurcia ha aceptado la invitación para participar, conjuntamente con las Mercas ubicadas en la región mediterránea, en la candidatura presentada por la Red de Mercas para constituir el Clúster Agroalimentario Mediterráneo, proyecto para la implantación de estructuras de mejora en la comercialización de productos frescos y el desarrollo de un modelo de Red de Mercados Mayoristas en el Mediterráneo.

A finales del año 2010 se ha firmado un convenio con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia por el que Mercamurcia informará al Observatorio General de Precios de las cotizaciones de alimentos recogidas en las diferentes actividades de la Unidad Alimentaria y cuya duración está previsto que alcance hasta el año 2020.

Mercapalma

En 2010, Mercapalma presenta uno de sus mejores ejercicios, desafiando a la actual coyuntura económica con una

subida del 20% del resultado de explotación, que se refleja en un incremento de un 4,9% del resultado antes de impuestos. Su modelo de gestión de la calidad, basado en el EFQM, le ha otorgado una puntuación de 502 puntos. Sus avances en dicho modelo han sido premiados con el premio en la categoría de plata a la Excelencia en la Gestión otorgado por el Instituto de Innovación Empresarial, que reconoce el esfuerzo de mejora continua.

Dentro de sus objetivos, en los que además de satisfacer al cliente, a los trabajadores y a los accionistas, el modelo indica la importancia de satisfacer a la sociedad. Dentro de este capítulo y con el objetivo de promover los hábitos de consumo responsable, como el consumo de productos locales y de temporada así como prácticas de consumo sostenible, Mercapalma mantiene el convenio con el Ayuntamiento de Palma y otros organismos de la CCAA, "l'Escola al Mercat".

Durante 2010, la sociedad ha negociado un derecho de superficie sobre una parcela de unos 18.700 m² para la ubicación de una nave para la gran distribución.

En julio de 2010 se finalizaron las obras de reconstrucción del pabellón VI y se procedió a la inauguración. Dichas instalaciones no sólo mejoran el servicio, por sus avances en cuanto eficiencia energética, sino que han dotado a la Merca de instalaciones nuevas para la formación, conferencias, y espacios totalmente adaptados.

En septiembre de 2010, Mercapalma fue el anfitrión de la Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas. Mostrando una vez más la excelencia de su gestión, Mercapalma fue capaz de reorganizar un evento para más de 30 países después de su cancelación inicial debida a la nube volcánica.

Mercasalamanca

2010 es el primer año completo de actividad en las nuevas instalaciones de Mercasalamanca, en el que además se ha registrado un aumento del 3% en el número de vehículos que han accedido a la Unidad Alimentaria y la expectativa es que dicha cifra se siga incrementando.

Se han promovido acciones para la captación de nuevos clientes, sobre todo en el país vecino, Portugal, que se han materializado en la visita de directores gerentes procedentes de Évora, Lisboa, Coimbra, Braga y Faro, con el

objetivo de conocer Mercasalamanca y establecer relaciones comerciales.

Mercasalamanca también está promocionando el consumo de una alimentación saludable entre la población infantil, a través de visitas escolares, con la colaboración de la Fundación Municipal Ciudad de Saberes.

En cuanto a las inversiones realizadas hay que destacar la compra de maquinaria de limpieza, pues el objetivo es que, a corto plazo, Mercasalamanca realice íntegramente todas las tareas de limpieza.

Mercasantander

Pese a que la subvención de explotación que se venía imputando anualmente ya había finalizado durante 2010, el resultado ordinario de explotación se ha mantenido por encima del alcanzado en 2009. Además, gracias a la gestión conjunta de espacios publicitarios de la Red de Mercas, ha obtenido nuevos ingresos.

Cabe destacar además que en 2010 se ha reducido el nivel de endeudamiento que venía lastrando la situación de la sociedad.

Durante 2010, de acuerdo a los planes de austeridad, no se han realizado grandes inversiones y se han efectuado pequeñas reparaciones.

Mercasevilla

La situación de Mercasevilla a lo largo del ejercicio 2010 obligó a centrar todos los esfuerzos en restablecer el equilibrio de la situación patrimonial y poner en marcha nuevos procedimientos de control y gestión.

Para restablecer el equilibrio patrimonial, los accionistas se han visto en la necesidad de proceder a una ampliación de capital en 2010. Es por ello que se ha llevado a cabo una operación de reducción a cero y posterior ampliación de capital por un total de 1.355 miles de euros.

En 2010, con el único fin de mejorar el funcionamiento y el servicio que se presta a clientes y usuarios, se han acondicionado varias zonas para aparcamiento, se ha reabierto un control de entrada a la Unidad Alimentaria con mecanismos de apertura automática para los trabajadores y usuarios con abonos anuales, vía reconocimiento

de matrícula, lo cual ha agilizado el sistema de acceso al recinto.

Asimismo se ha procedido a reparar el firme de los muelles de las naves I y II del Mercado de Frutas y Hortalizas dado su mal estado, habiéndose realizado también la sustitución de la red de alcantarillado en aquellas zonas de dichos muelles que se encontraban en peor estado.

Mercatenerife

El índice medio de ocupación de toda la Unidad Alimentaria en 2010 alcanzó el 91,62%.

Se han llevado a cabo distintas inversiones para el acondicionamiento de las instalaciones, como la renovación completa de la cafetería de la nave I, obra del encauzamiento del Barranco de los Moriscos para mejorar la evacuación de las aguas pluviales del recinto, transformación del pasillo central de las naves I y II en una galería comercial (se han instalado lonas decorativas con imágenes de frutas y hortalizas, pantallas video-wall de grandes dimensiones y puntos de información con conexión a Internet), el cableado de fibra óptica con un nuevo operador de comunicaciones y, por último, la construcción de una nueva cámara de frío para uso de la nave de Producto Local.

Respecto a la funcionalidad, se ha mejorado y racionalizado el aparcamiento de la entrada para turismos, con capacidad para 90 plazas, con la finalidad de evitar el estacionamiento de este tipo de vehículos en los muelles de carga, se ha procedido a la señalización en el recinto útil para el tráfico rodado y peatones y se ha mejorado la megafonía.

En cuanto a las nuevas tecnologías, la creación de perfiles en Internet ha permitido la incorporación a distintas redes sociales.

Se continúa desarrollando el Plan Estratégico de Comunicación y Marketing, con el fin de reafirmar la imagen de Mercatenerife como centro mayorista de alimentación, potenciando la variedad de los productos que oferta, el precio, la comodidad, la garantía y la modernidad de sus instalaciones y de promover el alquiler de locales.

Por otra parte, la sociedad sigue apostando por un desarrollo sostenible, que se ha puesto de manifiesto con el buen

funcionamiento del Punto Limpio, donde se depositan los residuos del mercado y se seleccionan de forma adecuada, debido a que continúa incrementándose de forma considerable el tonelaje de material reciclado (cartón, envases y orgánico).

Además, se está pendiente de la instalación de las plantas fotovoltaicas en las cubiertas de las naves de Frutas y Hortalizas, resto de complejos, edificio administrativo y un parking cubierto, que alcanzan una superficie de 18.500 m² y se adjudicaron el año pasado. Esta nueva instalación fotovoltaica, junto con las ya existentes y en funcionamiento, generará un total aproximado de unos 2.000 MWh.

Mercavalencia

Durante 2010 continuó la remodelación y ampliación de la línea de sacrificio de porcino en el Matadero de Mercavalencia, en función del convenio suscrito al efecto con la Consellería de Agricultura de la Generalitat.

Del mismo modo, se ha procedido a la urbanización de una parcela que se adjudicó a una empresa dedicada al alquiler de vehículos industriales y se ha realizado la mejora de algunos viales.

Durante el ejercicio precedente, Mercavalencia adjudicó más de 30.000 m² de cubiertas de naves, propiedad de la Unidad Alimentaria, para instalación y explotación de plantas fotovoltaicas de producción de energía eléctrica, iniciándose en 2010 la instalación de placas sobre las cubiertas.

Mercavalencia ha desarrollado el proyecto “Nuevas Pescaderías” en colaboración con la Concejalía de Empleo del Ayuntamiento, la Asociación de Mayoristas de Pescado de Valencia, la Asociación de Empresarios Detallistas de Pescado de Valencia, Secot y la Fundación Pacto para el Empleo de la Ciudad de Valencia.

Este proyecto consiste en el desarrollo de un curso formativo teórico-práctico en el que un grupo de personas desempleadas aprende las técnicas para gestionar un punto de venta de pescado, tanto en lo referente a compra y manipulación del producto como en la gestión y administración del punto de venta.

Como valor añadido, los alumnos con mejor calificación han podido disponer temporalmente de un puesto en uno

de los Mercados Municipales de Valencia para desarrollar su actividad y han contado con la ayuda de un grupo de expertos para asesorarles en la puesta en marcha del negocio.

Durante 2010 se mantuvo la presencia de Mercavalencia en el entramado económico y social de su área de influencia. La imagen corporativa continúa integrando en su promoción a las empresas que operan en ella y la publicidad sobre productos frescos.

En esta vía se ha colaborado con el Ayuntamiento en la promoción de productos valencianos de la cocina tradicional con la iniciativa “El Chef al Mercat”, también se ha colaborado en la organización de la Gala del Comercio y se ha celebrado la XVI edición de la Dona Llauradora, así como en actuaciones específicas como el Día del Cliente o la campaña de Navidad.

Mercazaragoza

En 2010 se reabrió el Mercado San Vicente de Paúl de Zaragoza, cuya remodelación fue encomendada a Mercazaragoza por el Ayuntamiento de Zaragoza dentro del Plan Español para el Estímulo de la Economía y del Empleo, y que ha supuesto una inversión de 2,1 millones de euros.

Del mismo modo, Mercazaragoza ha asumido, por encargo del Ayuntamiento, la gestión de dicho mercado, que se suma a la que ya venía desarrollando en el Mercado Central de Lanuza.

Con el objetivo de dotar de infraestructuras comerciales adecuadas a los nuevos barrios, combinando la presencia de medianas superficies comerciales con la actividad de los establecimientos de venta detallista tradicionales, se produjo la firma del convenio de colaboración entre Mercasa, el Ayuntamiento y Mercazaragoza, que ha permitido que durante 2010 se haya desarrollado el proyecto para la construcción del nuevo Mercado de Valdespartera, cuya construcción y explotación será asumida por Mercazaragoza.

Mercazaragoza ha firmado un acuerdo con las Asociaciones de Mayoristas y Detallistas de Frutas y Hortalizas, Carnes y Pescados, con el fin de impulsar la implantación de un distintivo identificador para los detallistas que allí se abastecen con el lema “Tú exiges calidad, yo compro en Mercazaragoza”. Este distintivo nace como consecuencia de una demanda del sector, sobre todo en momentos de especial dureza econó-

mica en los que se hace más necesario que nunca reactivar el consumo, despertando de nuevo la confianza de los consumidores. Podrán acogerse a este distintivo los aproximadamente 1.700 establecimientos detallistas alimentarios que se abastecen en Mercazaragoza.

En este sentido, el trabajo que se realiza desde Mercazaragoza para el relanzamiento de los Mercados Municipales ha sido reconocido por la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, quien en su conferencia celebrada en 2010, bajo el lema de la “Excelencia en el desarrollo de la relación entre Mercados Mayoristas y Minoristas”, otorgó a Mercazaragoza su premio en la categoría de oro.

En 2010 Mercazaragoza, además de facilitar la alianza comercial, ha tenido un importante papel de aliado estratégico en cuanto al acuerdo suscrito entre Arento y Sabeco, en virtud del cual el mayor grupo cooperativo de Aragón suministrará el 100% de la carne y productos cárnicos de porcino a supermercados Simply, utilizando las instalaciones del Matadero de la Unidad Alimentaria.

Finalmente, las inversiones que Mercazaragoza ha destinado en 2010 para la modernización de sus instalaciones han sido principalmente dirigidas a la mejora de la línea de porcino del Matadero (túnel de oreo y aturrido por CO₂).

Por su parte, el apeadero ferroviario de Terminal Marítima de Zaragoza, S.L. (TMZ), impulsado y participado mayoritariamente por Mercazaragoza y situado en el recinto de la Unidad Alimentaria, ha ampliado sus instalaciones ferroviarias en 2010.

Estas mejoras tienen un objetivo doble. Por un lado se busca conectar la terminal a la vía general por el sur, lo que implica ganar operatividad y reducir los tiempos de entrada y salida a los operadores, con la consiguiente reducción de costes. Por otro se pretende ampliar las vías de maniobra, después de que en 2009 se hiciese lo mismo con las de carga.

En un momento en el que se están definiendo los nodos estratégicos del transporte ferroviario de mercancías y en el que los niveles de utilización del ferrocarril permitirán seguir desarrollando infraestructuras adecuadas, tanto para el acceso al modo marítimo como para el acceso a Europa, TMZ crece modularmente dando respuesta a la demanda actual y teniendo en cuenta una proyección de futuro.



Mercavalencia.



Mercatenerife.



Mercazaragoza. Centrorigen.

Gestión medioambiental en la Red de Mercas

Principales actuaciones en 2010

En todas las Unidades Alimentarias de la Red de Mercas se producen avances y mejoras constantes en gestión medioambiental, una materia prioritaria en todos los casos y que exige, además, un alto nivel de compromiso por parte de los usuarios de las Mercas, las empresas mayoristas y clientes, que manejan las mercancías, los envases y los residuos que generan la actividad comercial. Por ello, además de las inversiones en tecnología, instalaciones y servicios, la gestión de las Mercas incluye también un importante apartado de formación y sensibilización de los colectivos empresariales.

A continuación se recogen las actuaciones más significativas realizadas en la Red de Mercas durante 2010 en el ámbito de la gestión medioambiental. Unas actuaciones que en conjunto han supuesto un gasto de 4,73 millones de euros y una inversión de 1,80 millones de euros.

Mercalgeciras

Durante el año 2010, en Mercalgeciras se realizaron acciones enfocadas al ahorro energético, como adaptación de los horarios de encendido y apagado, así como mejoras en el procedimiento de limpieza de las instalaciones.

Mercalicante

En la gestión medioambiental de Mercalicante durante 2010 destacan especialmente las acciones emprendidas encaminadas al ahorro energético, que han conseguido un descenso en el consumo de energía eléctrica de un 2,7% con respecto a 2009. Entre estas acciones destacan las siguientes:

- Optimización del consumo de gas natural en la central mediante la corrección periódica de los ratios de combustión (O_2 , CO_2 , CO).
- Cambio de refrigerante R-22 por 404.
- Ahorro energético de electricidad por cambio de lámparas convencionales (incandescencia y TLF) por leds y

lámparas de bajo consumo en mercado (Nave I) y edificio administrativo. También se han realizado mejoras en los centros de transformación.

- Instalación de sensores de presencia en espacios comunes (pasillos de edificios administrativos) y pasillos Nave II.

La racionalización del uso del agua y control de pérdidas en la red mediante seguimiento diario ha permitido encontrar ciertas deficiencias en la red y subsanarlas inmediatamente. Tras la cesión de la red de distribución del agua, que se hizo efectiva en octubre de 2009, se ha conseguido una disminución en el consumo del agua en un año de un 69,4%.

Durante el año 2010 se ha seguido con la concienciación de los usuarios y empleados de la Unidad Alimentaria, sobre todo mediante la distribución de trípticos sobre la correcta gestión de residuos y aportando información sobre buenas prácticas medioambientales en los mercados, encaminadas a la minimización del consumo de recursos naturales y a dar recomendaciones para una mejora de la eficiencia energética de sus instalaciones. Al mismo tiempo se sigue trabajando con las empresas instaladas en el polígono alimentario potenciando la implantación de un sistema conjunto de gestión de envases y la logística conjunta, consiguiendo así disminuir las emisiones de CO_2 a la atmósfera.

Mercalicante cuenta con la certificación medioambiental bajo norma UNE-EN-ISO 14001:2004 desde abril de 2007 y en marzo de 2010 superó satisfactoriamente la auditoría de recertificación.

En 2010 se recogieron en Mercalicante 957 Tm de residuo total, del cual se han segregado y llevado a reciclaje el plástico de envase frutero, cajas de madera y palés, y el cartón; obteniéndose una tasa de reciclado del 47%, un 15% más que el año anterior. En tres años la tasa de reciclado ha aumentado casi un 40%.

El volumen de residuo indiscriminado generado frente a la cantidad de mercancía comercializada en el mercado supone un 0,84% y se ha conseguido reducir en un 3% el residuo que va a vertedero.

En el caso de los residuos peligrosos de tareas de mantenimiento, como pueden ser tubos fluorescentes, restos de pintura, envases vacíos contaminados o aceites..., son gestio-

nados correctamente dentro del sistema de gestión medioambiental por gestores autorizados, habiéndose reducido también considerablemente con respecto al año anterior.

En Mercalicante hay instalada y funcionando una superficie total de 20.289 m² de placas fotovoltaicas en las cubiertas de las naves de la Zona de Actividades Complementarias, con una potencia total de 1.118 kW. Esta superficie fue alquilada por Mercalicante a empresas pioneras en su compromiso con las energías limpias, ahorro y eficiencia energética.

Mercasturias

El objetivo de Mercasturias en el área medioambiental es contribuir a que en su actividad y en la desarrollada en la Unidad Alimentaria, a tenor de los recursos, se tenga una actitud responsable y activa en la preservación del medio ambiente.

Las actuaciones más importantes de gestión medioambiental de Mercasturias en 2010 se centraron en los siguientes aspectos:

- Comunicación y concienciación a todos los que trabajan y operan dentro de la Unidad Alimentaria de Mercasturias para una correcta actuación medioambiental y sanitaria.
- Participación en la Semana Europea de Reducción de Residuos por invitación de Cogersa (gestor de la comunidad autónoma).
- Difusión y promoción del proyecto de pool de cajas reutilizables de transporte.
- Externalización del servicio de transporte de residuos fuera de la Unidad Alimentaria.
- Externalización de las actividades de reutilización, reciclaje y valorización.

Se ha mejorado el grado de fraccionamiento de los residuos del año anterior, pasando del 67,83% al 69,40%. Esta mejora ha supuesto disponer de mayores fracciones para tratamiento (reutilización/reciclado/valorización) y eficiencia en el gasto.

También se ha mejorado la productividad y eficiencia en el proceso de recogida selectiva en tres líneas:

- Se ha reducido en un 14% el residuo destinado a eliminación, que supone, dado el mismo volumen de desecho, mayor cuota para reutilización y reciclaje.

- El incremento de la fracción orgánica y la consecuente disminución de la indiscriminada ha posibilitado un ahorro del coste de vertido en el Consorcio Regional del 19%.
- Se mantiene la eficiencia en el traslado de residuos, mediante una mejor gestión del transporte contratado en servicio externo.

Mercasturias ha sido propuesta por el Principado de Asturias en la categoría de empresas en: "The 2nd European Week for Waste Reduction AWARDS 2011".

Mercabadajoz

Actualmente, en el tratamiento de residuos generados en Mercabadajoz se recicla la madera, a través de una empresa que recoge y reutiliza toda la madera que generan los operadores, mientras que la separación de la materia orgánica de plásticos y papel está prevista para 2011.

En cuanto a otras medidas, se estima que las dos plantas fotovoltaicas de 100 kW estén en pleno funcionamiento a lo largo de 2011.

En 2010 se concluyó la sustitución y retirada del amianto de las cubiertas de la Nave principal de Frutas, Hortalizas y Pescados. Esta obra se ha realizado por fases durante 2009 y 2010, con una inversión en el desmontaje, envasado y traslado a vertedero de 62.000 euros.

Mercabarna

Mercabarna continúa apostando por las energías limpias. En este sentido, la instalación fotovoltaica de 2.200 m² colocada en una parte de la cubierta de Mercabarna-Flor generó 123.135 kW de electricidad en 2010. En relación con el aprovechamiento del agua hay que resaltar que se han usado 9.430 m³ de las capas freáticas para la limpieza viaria de Mercabarna.

Durante el segundo semestre de 2010 se llevó a cabo una campaña de educación ambiental, a modo de recordatorio para todos los usuarios de los Mercados Centrales de Frutas y Pescado, con 22 educadores ambientales, coordinados por una empresa especializada, que han reforzado el mensaje de la importancia de la separación de residuos en origen y la recogida selectiva. El total de residuos comerciales ha sido de 28.265 toneladas, y se ha alcanzado un nivel de valorización del 73,36% de reciclaje, mejorando

la cifra de 2009 en más de un punto (72,23%). El ratio de residuo sobre producto comercializado asciende a la cifra del 2,52%. Por otro lado, el total de residuos industriales ha sido de 8.848 toneladas, cifra muy similar a la del ejercicio 2009. Siendo el índice de valorización conjunto de residuos comerciales e industriales del 79,87%, frente al 78,96% del año pasado. A lo largo de 2010 se ha mantenido la certificación ISO 14001.

En relación con la Estación Depuradora de Aguas Residuales (EDAR) de Mercabarna, en 2010 se depuraron 177.989 m³ de agua procedente de la actividad del Matadero y del Mercado Central de Pescado. En total se han eliminado 3.165 toneladas de fangos. En este sentido, reseñar el buen funcionamiento de la primera fase de la depuradora biológica que se instaló a finales de 2009. En este primer año completo, la planta de tratamiento de aguas residuales, que mejora la eliminación de materia orgánica disuelta en el agua ya depurada, ha tratado un 30% de todo el caudal. Esto ha permitido incrementar un 1,5% de kilogramos de fango por metro cúbico de agua depurada.

Mercabilbao

En relación con la demanda manifestada en la encuesta anual de calidad por los clientes respecto de la iluminación de las instalaciones del mercado, durante 2010 se ha comenzado la sustitución de las luminarias antiguas por otras de mayor área de impacto y menor consumo, que nos ha permitido incluso instalar más puntos de iluminación.

Siguiendo con las actuaciones de respeto ambiental, con el “Berdegune” totalmente operativo durante 2010, fruto del vigente contrato de limpieza y gestión de residuos, se ha procedido a instalar contenedores selectivos en cada puesto del mercado para una recogida puerta a puerta con el “Garbitrén”, de manera que la separación llegue realizada en origen al punto limpio para facilitar su transporte a los diferentes puntos autorizados que permitan su recuperación o valorización. Bajo el lema “Súbete al tren de la sostenibilidad” se inició la campaña de divulgación entre los clientes para asegurar un buen desarrollo de la acción.

Como reconocimiento a las actuaciones en el campo ambiental, en junio de 2010 Mercabilbao recibió el galardón de la “Escoba de Plata” en la Feria de Urbanismo y Medio Ambiente que bianualmente se celebra en IFEMA-Madrid y que viene a premiar la apuesta decidida por la limpieza del

mercado y una gestión sostenible del residuo generado, siendo el primer mercado central en concursar.

A todo lo anterior debemos añadir la renovación de la certificación ambiental ISO 14001, ligada a la ISO 9001 del sistema general de calidad.

Igualmente se ha conseguido el objetivo de reducir el total anual del consumo eléctrico, que ha sido de 8.801.000 de kW frente a 9.114.000 de kW de 2009, un 3,43% menos.

La recogida de residuos no orgánicos ha sido un 14,23% superior a la de 2009. La recogida de residuos asimilables a urbanos ha bajado un 4,88%. Se han retirado 2.533 Tm (63 Tm menos que el año anterior), lo que supone un 1,03% de la mercancía entrada. El porcentaje total reciclado sobre el total de residuos ha sido del 22,68%, lo que supone un 0,302% sobre la mercancía entrada.

Mercacórdoba

En noviembre del año 2010 ha concluido la instalación de una nueva planta de energía solar fotovoltaica de 100 kW de potencia nominal en la cubierta del Mercado de Frutas y Hortalizas. La potencia nominal de esta planta sumada a la que se puso en marcha en julio de 2008 supone un total de 200 kW. La producción de energía eléctrica de las plantas en 2010 ha sido de 13.307 kW/h, lo que ha supuesto la reducción de la emisión a la atmósfera de unas 3 toneladas de CO₂.

Se está llevando a cabo la implantación de una herramienta para la gestión documental al objeto de hacer más eficientes los procesos de gestión y disminuir el uso de papel.

Mercacórdoba continúa con las campañas de concienciación de los usuarios para mantener y afianzar la recogida selectiva de residuos, que está plenamente implantada en Mercacórdoba.

Mercacórdoba se ha sumado a la iniciativa del proyecto pool de envases retornables para transporte de frutas y hortalizas impulsado por Mercasa.

Complementariamente al sistema de recogida y reciclado de palés de madera que las empresas de los Mercados Mayoristas utilizan en colaboración con empresas del ramo externas, continúa prestando servicio la empresa dedicada a la recogida y reutilización de palés de madera. Igualmente,



Mercalicante.



Mercalaspalmas.



Mercasalamanca.



Mercabarna.



Mercagranada.

se mantiene el punto de recogida de desechos de madera que retira la empresa de recogida de basuras municipal para el aprovechamiento de la madera.

Asimismo, en Mercacórdoba se han realizado modificaciones en las instalaciones eléctricas para optimizar el uso de la iluminación artificial y reducir el consumo de energía eléctrica.

Se ha continuado con el proyecto Comercio Vecinal que apuesta por el ecobarrio posibilitando que las diversas funciones que realizan sus vecinos, comenzando por la compra cotidiana, se desarrollen de una manera más económica y más ecológica al renunciar a la utilización de vehículos. Se prima la proximidad para evitar contaminación del aire, consumo de energía, congestión de la zona, contaminación acústica, posibles accidentes, estrés urbano y pérdida de los valores de la milenaria cultura mediterránea. Este proyecto fue premiado con una mención de reconocimiento en septiembre de 2010 por la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, en el congreso celebrado en Palma de Mallorca.

Mercagranada

Entre las acciones realizadas por Mercagranada en el ámbito medioambiental durante 2010 han sido constantes las campañas de concienciación a los usuarios destinadas a informar, mediante ejemplos, dónde se tiene que verter cada residuo, entregar folletos divulgativos sobre los resultados a obtener con el tratamiento de la materia orgánica y entregar muestras de compost realizado con los residuos de Mercagranada. En general se asesoró, se informó y se realizó un seguimiento de las actuaciones de los usuarios.

El resultado de estas campañas se ha traducido en mejoras sustanciales en varios aspectos:

- Limpieza en las naves, dado que los residuos no se tiran por los suelos y se llevan a los contenedores.
- Mayor volumen de residuos separados.
- Aumento de la eficacia en la limpieza por parte de la empresa concesionaria del servicio, al disminuir el número de contenedores de orgánico inicialmente dispuestos, pasando de dos por muelle a uno solo.

Las inversiones a lo largo de 2010 se destinaron principalmente a mejoras en la red de agua potable.

Mercairuña

En 2010, el peso de los palés recogidos en Mercairuña y destinados a reciclaje fue de 101.000 kg en el Mercado de Frutas-Verduras y 25.000 kg en el de Pescados.

El sistema de gestión de envases y residuos de envases seguido para los palés de madera y plástico desechados por los mayoristas de la Unidad Alimentaria es el siguiente: se separan los palés que pueden reutilizarse para su uso originario y los que se reciclan para generar materia prima para combustibles (virutas de madera) y otros (granza de plástico). Los reutilizables retornan al tráfico a través de los propios mayoristas o por empresas dedicadas a esta actividad, y los segundos (deteriorados) son recogidos por el propio personal de la Merca para su entrega a la empresa pública Servicios de la Comarca de Pamplona, S.A. para su tratamiento y reciclaje del producto resultante.

En cambio, los productos de desecho (materia orgánica, flejes, envases perdidos de poliestireno, madera, etc.) son depositados en contenedores facilitados por la empresa pública Servicios de la Comarca de Pamplona, S.A. para su posterior recogida diaria (salvo festivos) y transporte a vertedero controlado, gestionado por la misma sociedad pública.

El vidrio, papel y cartón se depositan en contenedores específicos dispuestos por la empresa pública Servicios de la Comarca de Pamplona, S.A. para su tratamiento en sus plantas de reciclado.

En 2010, Mercairuña firmó un convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Pamplona para que su Área de Desarrollo Sostenible asesore a Mercairuña en la incorporación de buenas prácticas en materia de ahorro y eficiencia energética e instalación de energías renovables en el desarrollo de la actividad de la empresa. Fruto de este convenio se ha realizado una auditoría energética de las instalaciones de Mercairuña.

Mercalaspalmas

Las principales actuaciones de Mercalaspalmas en materia medioambiental durante 2010 han sido las siguientes:

- Acciones de producción de energía renovable: se ha llevado a cabo la instalación y puesta en marcha de la planta solar fotovoltaica Mercalaspalmas II y III de 200

kW de potencia, en la que se prevé una producción de energía eléctrica de 0,36 millones de kW/h anuales desde el pasado mes de septiembre de 2010. En enero de 2010 se produjo la adjudicación del arrendamiento de 25.722 m² de cubiertas de naves para el emplazamiento y explotación de la planta solar fotovoltaica Mercalaspalmas I de 1.800 kW de potencia a la empresa Grupotec Tecnología Solar, S.L., con una previsión de producción de energía eléctrica de 3,3 millones de kW/h anuales a partir de diciembre de 2011. Asimismo se inició la licitación pública para la adjudicación del contrato de arrendamiento de 17.963 m² de cubiertas de naves para el emplazamiento y explotación de la planta solar fotovoltaica Mercalaspalmas IV de 1.500 kW de potencia con una previsión de producción de energía eléctrica de 2,8 millones de kW/h anuales a partir de 2012.

- Acciones de ahorro energético: se llevó a cabo la ejecución de la obra “Mejora de lucernario central y translúcidos de las Naves A y B”, que va a suponer una mejora notable en la iluminación natural (solar) de las mismas con la consiguiente reducción de consumos eléctricos. Igualmente se han iniciado los primeros análisis y estudios para la adjudicación mediante licitación pública, durante el ejercicio 2011, del suministro e instalación de nueva luminaria led en las zonas comunes de las Naves A, B y Polivalencia.
- Acciones de gestión de residuos: se iniciaron los primeros análisis y estudios para la adjudicación mediante licitación pública, durante el ejercicio 2011, de la obra “Punto Verde en la Unidad Alimentaria de Mercalaspalmas”.
- Acciones de seguimiento de certificaciones: durante el último trimestre se realizó la visita de seguimiento y control, por parte de Bureau Veritas Certificación SAU, de las certificaciones ISO 14001:2004 e ISO 9001:2008 en la gestión y administración del mercado mayorista de los servicios de mantenimiento, limpieza y vigilancia que la sociedad tiene acreditadas desde el ejercicio 2009.

Mercamadrid

El Sistema de Gestión Ambiental de Mercamadrid, S.A., cuya certificación en base a la norma UNE-EN ISO 14001:2004 data de 2002, superó muy favorablemente la segunda auditoría externa de renovación de tercer ciclo realizada en 2010, no habiéndose señalado ninguna no conformidad por parte del equipo auditor de AENOR. La auditoría destacó la reorganización del Área de Calidad, Seguridad Industrial y Medio

Ambiente, con la incorporación de personal para poder proporcionar la mejora en su desarrollo técnico-administrativo.

Como puntos fuertes del Sistema de Gestión Ambiental quedaron resaltados lo siguientes:

- El seguimiento y control de los aspectos relacionados con la justificación de los datos de consumo de agua y generación de residuos, así como de la utilización de diversas herramientas del sistema como son la formación y la comunicación de requisitos a las empresas radicadas en el Polígono Alimentario Mercamadrid Internacional.
- La identificación y evaluación de los aspectos ambientales por actividades y/o servicios.
- La implantación de un protocolo interno para el seguimiento y medición de la calidad de los vertidos líquidos a la red de saneamiento común.
- Sistematización de los requisitos ambientales exigibles a contratistas.

La evaluación de los aspectos ambientales realizada en 2011, tras el análisis de los datos del año 2010 con respecto a 2009, ha permitido destacar que los parámetros evaluados han experimentado descensos sensibles, con excepción de la generación de residuos de tóner. El consumo de energía eléctrica en 2010 se ha reducido en un 4,11% respecto a 2009 con motivo de la campaña de renovación de los equipos de iluminación para lámparas de descarga (algunos con una antigüedad de 30 años) por equipos más eficientes y de menor consumo. El consumo de combustible se ha mantenido en valores muy similares a los de 2009.

El Plan de Ahorro y Eficiencia en el Uso del Agua en Mercamadrid continúa reflejando su eficacia, con una disminución del 12,12% durante 2010. Las claves se encuentran fundamentalmente en la detección precoz de averías y su reparación inmediata, así como en la revisión planificada del funcionamiento de los elementos de las instalaciones, en particular los contadores, habiéndose realizado la sustitución de 14 unidades en 2010.

Las cantidades relativas de consumo de papel han disminuido un 19,29% en 2010, existiendo una mayor concienciación de la plantilla en el uso del mismo. El volumen total de los residuos llevados a vertedero ha disminuido un 5%, como consecuencia de la entrada en funcionamiento de los Servi-

cios de Compactación Selectiva de Residuos en el Polígono Alimentario Mercamadrid. Respecto a los residuos orgánicos de pescado recogidos, se ha producido una disminución en torno al 3,68%.

Tras el satisfactorio cumplimiento de los objetivos ambientales formulados para el periodo 2008-2011, se han incorporado en 2010 cuatro nuevos objetivos que constituyen el Programa Ambiental de Mercamadrid, S.A. para el periodo 2010-2012.

- Desarrollo de la campaña de limpieza y recogida selectiva de residuos en el Polígono Alimentario Mercamadrid Internacional: "Mercamadrid más limpio, cada residuo por su sitio".
- Campaña informativa sobre buenas prácticas de consumo de energía eléctrica en el centro administrativo y análisis de viabilidad para la individualización del consumo.
- Implantación de recogida selectiva de envases ligeros generados en el centro administrativo.
- Reducción del consumo de papel de oficina de Mercamadrid, S.A. en un 5% en 2011 respecto a 2010.

Mercamálaga

Las actuaciones llevadas a cabo por Mercamálaga en relación con el medio ambiente durante 2010 han sido las siguientes:

- Acuerdo con Harinas de Andalucía para la recogida de subproductos de pescados para fabricación de harinas.
- Sistema de recogida de residuos de acuerdo con Limasa, la empresa de recogida de basuras del Ayuntamiento de Málaga.
- Durante 2010 se iniciaron las gestiones para la obtención de las ISO 9000 y la 14001:2004.
- Instalación de cámara frigorífica y contenedores para la recogida de residuos orgánicos, instalación de cubas [alquiladas a Recisur] para la recogida de cartones y demás productos no orgánicos.
- Inspección de vertidos al colector para evitar vertidos incontrolados por empresas ajenas a Mercamálaga.

Mercamurcia

Las prácticas ambientales realizadas por Mercamurcia permiten la máxima valorización de los residuos generados, el menor impacto ambiental en las emisiones a la atmósfera

y el uso de los vertidos en actividades agrícolas. En la EDAR de Mercamurcia son procesados también los vertidos de las empresas cárnicas anexas, con las cuales se colabora en el adecuado desarrollo de su gestión ambiental.

Durante todo el año 2010 se realizó una importante campaña de recogida selectiva de envases (cartón/papel, plástico y madera) en los diferentes mercados de la Unidad Alimentaria, que permitió la reutilización de los mismos mediante la intervención de empresas especializadas. El índice de reciclabilidad de residuos en la Unidad Alimentaria (excepcionalmente el Matadero) fue de un 67%.

En 2010 se mantuvieron las mejoras implantadas en el sistema de valorización de los residuos orgánicos generados en el complejo cárnico, destinándolos a empresas especializadas como las de generación de humus a partir de estiércol o a otras empresas especializadas en la valorización de harinas y grasas de origen animal obtenidas en la planta de transformación de residuos de categoría 1.

De esta forma, para el primero de los casos (estiércol, contenido de panzas, otros) se han dejado de depositar en vertedero 1.163 Tm de residuos al año, valorizándose en su totalidad para generar humus de lombriz californiana de alta calidad. El índice de retirada selectiva de residuos en Matadero fue de un 97%.

Asimismo, se ha mantenido la divulgación de los aspectos y mejoras medioambientales a más de 2.000 empresas de la región relacionadas con el sector alimentario mediante la publicación mensual de la revista *Mercamurcia* al día.

Durante 2010 se continuó con la puesta en marcha del resto de instalaciones fotovoltaicas. A finales de año se habían alcanzado 0,76 MW de los 1,65 MW previstos. La energía limpia generada superará en más de un 50% la consumida en Mercamurcia y evitará la emisión a la atmósfera de aproximadamente 3.000 Tm de CO₂ (comparando generación eléctrica con carbón).

En los últimos años, Mercamurcia ha dirigido gran parte de sus esfuerzos y recursos a la implantación de una clara política de calidad en la empresa. De esta forma se implantó en primer lugar el sistema de Gestión ISO 9000 en Matadero y posteriormente en los Mercados de Frutas, Hortalizas y Pescados. En el mes de julio de 2010, Merca-

murcia superó la auditoría de recertificación por organismo independiente del Sistema de Gestión Medioambiental ISO 14001:2004.

Este último avance dentro de la política medioambiental de Mercamurcia unifica documentalmente el Sistema de Gestión General junto al mantenimiento y mejora del Plan de Residuos dentro de la Unidad Alimentaria, el vertido cero de aguas residuales y sus recientes actuaciones para la valoración de los residuos procedentes del Matadero.

Mercapalma

En 2010, Mercapalma inició la modificación de instalaciones eléctricas, sustituyendo 100 tubos fluorescentes de 0,58 kW/h por otros de tecnología LED, con tan sólo 0,20 kW/h, obteniendo un resultado real de ahorro de un 73,3%.

Por otra parte se ha iniciado también la modificación de dos sectores de alumbrado público por medio de farolas, que si bien las lámparas ya son todas de vapor de sodio 250 W, que actualmente son las de mayor eficiencia, relacionando el coste de reposición, el consumo y la intensidad lumínica necesaria en cada caso, hemos procedido a sectorizar las líneas y, mediante controles horarios automatizados, apagando hasta la hora en la cual comienza la actividad del mercado.

En 2010 se sustituyó también en Mercapalma parte de la antigua red de suministro de agua potable, sustituyendo las canalizaciones de fibrocemento por otras de polietileno reticulado y termo soldado del mismo diámetro, consiguiendo reducirlas en aproximadamente un 30%, con lo que en este momento las mermas en esta línea han pasado de un 45-50% a un 15%.

Continuando con la política medioambiental en relación con la gestión de residuos, se destaca la evolución favorable que se ha producido desde la instalación del Parque Verde, aumentando o manteniendo los niveles de recogida selectiva y disminuyendo sustancialmente, sobre todo teniendo en cuenta en los porcentajes que nos movemos, los residuos que van a incineración. El porcentaje de recuperación de residuos se ha situado en un 95%, porcentaje similar al año anterior.

Mercasalamanca

Durante 2010, Mercasalamanca reforzó la reducción y reciclaje de los residuos, contando para ello con una máquina telescópica con cazo y una máquina compactadora.

El tratamiento de determinados residuos se realiza de la siguiente manera: el cartón es separado y depositado en un contenedor tipo jaula para ser compactado y posteriormente vendido a la empresa Desperdicios de Papel del Norte, S.L. De junio a diciembre de 2010 se han vendido 70 toneladas. El poliespan se ha empezado a separar y compactar a mediados de año, con el objetivo de reducir el volumen de los residuos. Está en proyecto su venta a la misma empresa a la que se le vende el cartón.

Se han llevado a cabo acciones de control y ajuste de la maquinaria de frío industrial, con el fin de obtener un mayor ahorro energético. Igualmente se ha trabajado en la optimización del consumo de agua en el riego de jardines y se han instalado contadores para un mayor control del agua, en especial para detectar posibles fugas.

Mercasantander

La gestión medioambiental en Mercasantander se centra básicamente en la correcta recogida y tratamiento de residuos tanto sólidos como líquidos. En Mercasantander no están ubicadas empresas que tengan una especial carga contaminante y todas ellas mantienen un estricto control respecto a sus especiales características, habiendo obtenido alguna de ellas distintos certificados de calidad oficial en materia medioambiental, especialmente las normas ISO. En general, la recogida básica de residuos sólidos la realiza el Ayuntamiento de Santander mediante sus servicios públicos separando los restos de productos alimentarios (residuos orgánicos) que necesitan un tratamiento específico y que también realiza el propio ayuntamiento, como es el caso de los productos de las empresas de despiece cárnico y de manipulación de pescado.

Por otro lado, los residuos de cartón, plástico y madera son tratados de manera diferente cada uno de ellos, pero es regla general que se hayan contratado con empresas especializadas la recogida selectiva de estos productos para su tratamiento y reciclaje.

Los residuos orgánicos son recogidos por los servicios públicos del Ayuntamiento de Santander y son llevados al correspondiente vertedero con todos los controles necesarios. Los residuos sólidos que se generan en el Mercado de Frutas y Hortalizas son los que provienen de los embalajes de los productos comercializados, que son básicamente cartón, plástico y madera.

Mercasevilla

Mercasevilla ha reconfigurado todo su sistema de recogida, tratamiento y eliminación del conjunto de residuos que se generan en la Unidad Alimentaria. El cambio producido se resume en los siguientes aspectos:

- Cambio del sistema de recogida de residuos orgánicos, utilizando para ello cubas de aproximadamente 30.000 litros con el objeto de que por parte de las empresas instaladas en la Merca y por el equipo de limpieza de la propia Merca se depositen los residuos directamente en las mismas, evitando con ello que sean vertidos al suelo.
- Desde octubre de 2009 se procedió a la sustitución de los camiones compactadores propiedad de la empresa por los de la compañía contratada al efecto, destinando los conductores y personal de apoyo de Mercasevilla a tareas de reciclaje.
- Clasificación previa de los residuos, antes de proceder a su retirada y posterior depósito en centros habilitados, entre residuos no reutilizables y materia orgánica limpia reutilizable "RSU" (detríros, decomisos y residuos de frutas y hortalizas que se destinan como alimento de ganado a distintas granjas autorizadas, ahorrándose con ello Mercasevilla el transporte y las tasas de eliminación).
- Clasificación de maderas, papel y cartón, PEAD y restos de poda destinados a distintos usos, labor que reduce sensiblemente los gastos de tratamiento y gestión de los mismos aportando además ingresos para la empresa.
- Punto Limpio equipado con cubas para la recogida de los diversos materiales y compactador de papel y cartón.

Los cambios efectuados han propiciado la mejor selección de los tipos de residuos y el aumento de las cantidades recicladas por tipo. El ingreso obtenido por el reciclaje asciende a 16.000 euros, frente a los 4.862 euros de 2009.

El conjunto de residuos gestionados y transportados a la Planta de Transferencia Municipal alcanzó la cantidad de 3.524,18 toneladas y la eliminación de residuos del Mercado de Pescados ascendió en 2010 a 31,5 toneladas.

Mercatenerife

La obtención de la certificación ambiental según la norma UNE-EN-ISO 14001/2004, el día 20 de noviembre de 2006, ha supuesto para Mercatenerife mantener un compromiso de mejora y minimización de impactos ambientales, una más

eficiente gestión de sus residuos y la búsqueda constante de la optimización de sus recursos energéticos e hídricos.

Dentro de las acciones desarrolladas en 2010 podemos destacar:

- Estudio de nuevas lámparas tipo led, que ofrecen una mayor eficiencia energética respecto a cualquiera de las lámparas convencionales; en algunos casos, como en los focos de halógenos metálicos, la inversión se recupera en menos de tres años y dan tasas internas de retorno (TIR) del 53%.
- Ahorro en el consumo de agua potable. El seguimiento semanal y las actuaciones llevadas a cabo ante las posibles fugas de agua han permitido que el consumo en 2010 se mejore en un 29% respecto a 2009.
- Instalación de una nueva zona para la recogida de residuos tóxicos y peligrosos a disposición de todos los usuarios en el Punto Limpio, para objetos tales como: baterías de plomo, otras baterías y pilas, aparatos eléctricos y electrónicos, y fluorescentes y lámparas de mercurio.
- Mejora de los sistemas de depuración y reducción de la carga contaminante del agua residual mediante el uso de productos biológicos. En concreto se trata de un sistema de crecimiento y aplicación bacteriana controlado por ordenador, que puede degradar una amplia gama de materia orgánica en flujos de aguas residuales. Los resultados serán visibles durante 2011, ya que el sistema entró en funcionamiento en diciembre de 2010.
- Incremento de la superficie ajardinada, mediante la creación de 16 alcorques con ejemplares de *Delonix regia* (flamboyanes), con ello no sólo se mejora el aspecto estético de la zona de aparcamientos, sino que además se creará una zona de sombra que hará más atractivo el lugar.
- Disminución de la huella ecológica. Una vez cuantificada la huella ecológica de 2010, se constata la evolución positiva en este indicador de sostenibilidad ambiental respecto a los años anteriores.

La evolución de los vertidos de residuos en 2010 respecto al 2009 ha sido bastante positiva, debido a:

- La cantidad de materia orgánica reciclada ha aumentado en porcentaje, de un 21 a un 26%. El hecho de que se

hayan obtenido menos kilogramos es debido también a que se han generado bastantes menos residuos.

- El cartón reciclado también experimenta un importante incremento, tanto en cantidad (de 258 a 270 toneladas) como en porcentaje reciclado (de un 7 a un 10%).
- A pesar de que disminuyen los residuos de madera (de 570 a 429 toneladas), se mantiene su porcentaje de reciclado en un 16%. Hay que mencionar que el único gestor de maderas autorizado mantuvo cerrada su planta algo más de un mes, resultando imposible reciclar en ese periodo.
- Las entregas de residuos sin clasificar a vertedero (PIRS) disminuyen de 1.939 a 1.290 toneladas, y en porcentaje de un 55 a un 48%.
- La cantidad de residuos generados ha sido inferior, pasando de unas 3.510 a 2.674 toneladas.

Se experimenta un importante descenso en el consumo de kWh/día, de un 8,7% en el conjunto del año 2010 respecto al año anterior.

El descenso en el consumo hídrico es muy notable, ya que en 2010 se consiguió una disminución de un 29%.

También se constata una mejora importante en el número de transportes de residuos y kilometrajes, ya que el incremento porcentual de la recogida selectiva de materia orgánica permite transportar mayores volúmenes de residuos.

Mercavalencia

En 2010 se ha procedido a la instalación de placas fotovoltaicas en las cubiertas de las naves de Mercavalencia para su explotación a partir de 2011.

Se ha consolidado el proyecto de recuperación de residuos iniciado en el año anterior con la instalación de compactadores para papel, plástico y cartón, así como el acopio, selección y logística de los distintos residuos generados.

Con respecto al área de actividades cárnicas, en los parámetros analíticos de DQO y DBO de las aguas procedentes del Matadero se han conseguido reducciones del 80%.

Se ha puesto en marcha la aplicación del Programa de Ahorro y Eficiencia Energética como seguimiento a la auditoría energética realizada.

Mercazaragoza

En 2010, el Punto Limpio de Mercazaragoza retiró 556.740 kilos de cartón, 346.160 kilos de madera y 71.180 de plástico, por la empresa Saica Natur, autorizada por el Gobierno de Aragón. Asimismo se retiraron alrededor de 2,5 millones de kilos de materia orgánica, por la empresa Focsa.

En cuanto a la recogida de residuos en la Lonja de Pescados hay que señalar que durante 2010 se retiraron 21.778 kilos.

En relación con el Matadero se han retirado 6,70 millones de kilos de materiales de alto riesgo, materiales específicos y sangre.

En relación con el ahorro energético se realizó un estudio para la renovación del alumbrado público y sustitución con lámparas de bajo consumo, proyecto que se materializará a lo largo de 2011. Igualmente se han realizado actuaciones para disminuir el consumo eléctrico, tales como control periódico del consumo, optimización de la eficiencia energética de motores y bombas y aislamiento térmico de cuba de escaldado, calderas y esterilizadores.

Los consumos de agua en 2010 han sido de 390.514 m³ de agua de la red y de 79.290 m³ de aguas subterráneas, notablemente inferiores a los de 2009, debido principalmente a la implantación de medidas como la eliminación en el Matadero de tomas innecesarias, la recuperación del agua de refrigeración, los dispositivos de regulación de caudal y los lavamanos con corte automático del agua y sistemas de cierre sectorializado.



Red de Centros Comerciales de Mercasa

MERCASA | Informe anual 2010

Red de Centros Comerciales de Mercasa

La Red de Centros Comerciales de Mercasa presta servicio público como instrumento de apoyo a la vertebración del pequeño comercio detallista en zonas especialmente necesitadas o de nueva expansión urbana. Adicionalmente, responde a la demanda de aquellos ayuntamientos cuyos municipios requieren de apoyo público y que se concreta en zonas donde no concurre la iniciativa privada.

La Red de Centros Comerciales gestionada por Mercasa está compuesta por 11 Centros Comerciales, de los que ocho son explotados en arrendamiento y tres en propiedad.

Los Centros Comerciales son: Centro Comercial Abierto Arrecife (Lanzarote), La Plaza (Badajoz), El Centre de La Vila (Barcelona), Opción (Gijón), Getafe-3 (Getafe), La Asunción (Jerez de la Frontera), La Máquina (Ponferrada), Los Cipreses (Salamanca), La Plaza de Leganés (Leganés), S'Escorxador (Palma de Mallorca) y Centro Comercial Vicálvaro (Madrid).

El conjunto de los Centros Comerciales suma una superficie construida de algo más de 154.000 m² y una superficie bruta alquilable próxima a 81.300 m², con 520 establecimientos comerciales de variada y amplia oferta.

En cuanto al ejercicio 2010 se refiere, la comercialización de locales ha mantenido un nivel de ocupación muy alto. Un logro muy destacable en un año difícil para el sector. La Red ha mantenido un 96% de la superficie bruta alquilable ocupada. Algunos de los centros mantuvieron el 100% de ocupación.

El resultado de la Red de Centros para 2010 asciende a 2.920.000 de euros, cifra nada despreciable, teniendo

en cuenta la coyuntura económica del país, así como la tipología de comercio local y operadores independientes que predomina en nuestros centros, a la que ha afectado con más contundencia.

Adicionalmente cabe destacar la función social de la Red de Centros Comerciales como generadora de empleo, tanto por las contrataciones de Mercasa como por las de las empresas que desarrollan su actividad en los centros. Al cierre de 2010 contaba con 1.657 puestos de trabajo, de los cuales el 60% es ocupado por mujeres.

La mayor parte de los Centros Comerciales que componen la Red son, por su reducida dimensión (inferior a 4.000 m² construidos), centros comerciales de barrio. Se caracterizan por su cercanía y trato personalizado así como por una oferta variada. Este grupo de centros son: La Asunción (Jerez de la Frontera), La Máquina (Ponferrada), La Plaza de Leganés (Leganés), La Plaza de Badajoz y Centro Comercial Vicálvaro (Madrid).

Los centros medianos de la Red son los establecimientos cuya superficie está en torno a los 8.000 m². Este grupo lo componen: Los Cipreses (Salamanca), S' Escorxador (Palma de Mallorca) y Centro Comercial Abierto Arrecife.

Entre los Centros Comerciales más grandes de la Red de Mercasa se encuentran Getafe-3 y El Centre de La Vila. Estos centros, a pesar de su mayor superficie, persiguen la vertebración del pequeño comercio detallista, integrándolo no sólo con instalaciones de ocio, sino también con las grandes enseñas de distribución detallista.

Inversiones en ampliaciones y mejora de instalaciones

Desde Mercasa se invierte de forma permanente en la renovación de la imagen y las infraestructuras de los centros, bien por su antigüedad, por su estructura original o por aprovechar oportunidades de negocio.

Durante 2010 se realizó un esfuerzo inversor significativo en el proyecto de ampliación y remodelación del Centro Comercial Abierto Arrecife, que concluirá en 2011.

Las actuaciones de ampliación e impulso comercial consisten en la peatonalización y transformación de las calles anexas, abriendo nuevos locales comerciales, así como creando nuevos equipamientos comerciales ajardinados, un parking subterráneo y un mercado minorista, hasta la fecha inexistente en la ciudad. La adquisición de los bajos comerciales perimetrales ha permitido, además de ampliar la superficie comercial, crear una imagen armonizada del área peatonal, el mercado y el centro actual, todo ello con el logotipo del Centro Comercial Abierto de Arrecife y con una gestión única de Mercasa.

El conjunto de actuaciones de comercialización se basa en el fomento y reactivación del comercio local. Así, la comercialización de los locales tiene un doble cometido: agrupar operadores isleños y foráneos en un mismo entorno comercial y favorecer la creación de empleo en el municipio.

La ampliación supone un aumento de la superficie comercial de 3.150 m² y la creación de 100 empleos directos con una inversión total de 10,5 millones de euros, repartida en varios años.

Adicionalmente se realizaron las siguientes inversiones en 2010:

- Getafe-3: Se finalizó el cambio de los dos ascensores, con la obra civil de éstos. Durante el año se han realizado varias actuaciones orientadas a mejorar la imagen del centro, como renovación en la decoración interior, nuevas zonas de ajardinamiento y renovación de escaparates de varios locales. Otras actuaciones buscaban la mejora de instalaciones y de seguridad, como cambio de cubierta, reemplazo de un transformador de baja tensión y la elaboración de un plan de autoprotección.
- La Asunción: Se ha acotado el aparcamiento del centro, con la finalidad de garantizar este servicio a los clientes.
- Los Cipreses: Se ha sectorizado un local de grandes

dimensiones, para adaptarnos a la normativa municipal en cuanto a seguridad, y se han mejorado los accesos al parking.

- S´ Escorxador: Se ha creado un nuevo espacio de comercialización, mediante la instalación de un local exterior tipo quiosco, de similares características a los ya existentes.
- La Plaza de Leganés y Centro Comercial Vicálvaro: Se ha procedido a la impermeabilización parcial de la cubierta de ambos centros.

Responsabilidad social y buenas prácticas medioambientales

También cabe destacar el compromiso de Mercasa en la gestión de la Red de Centros Comerciales con los objetivos de responsabilidad social y buenas prácticas medioambientales.

Así, varios Centros Comerciales de la Red prestan sus instalaciones para reciclar aceite, pilas, vidrio y ropa. También se han instalado compactadores de cartón para facilitar un mayor almacenaje y reciclaje de este residuo.

Durante 2010 se estableció como objetivo estratégico trabajar en este y próximos años en una política de ahorro y eficiencia energética materializada en las siguientes medidas:

- Rehabilitación de la envolvente térmica de los edificios.
- La mejora de la eficiencia energética de las instalaciones térmicas de los edificios existentes.
- Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones de iluminación interior de los centros.

Las medidas de eficiencia energética se verán plasmadas en las inversiones futuras previstas para la Red de Centros Comerciales, con cuestiones como la sustitución de puertas automáticas para obtener mejoras en la climatización, cambios en la iluminación pasando a sistemas de menor consumo y mayor vida útil como las pantallas led, y sustitución de los sistemas de climatización.



Todas las imágenes de estas dos páginas corresponden al Centro Comercial Arrecife.





Red de Centros Comerciales de Mercasa. Mezcla comercial

Datos del centro				Actividades													
Nombre	Situación	SUP m²	UDS	HSM		ALM		MYC		HBE		SVC		RYO		DIV	
Arrecife	Arrecife - Lanzarote	8.116,54	85	35%	1	6%	17	10%	13			4%	6	15%	5	12%	18
La Asunción	Jerez de la F. - Cádiz	2.312,31	34	57%	1	9%	8	13%	10	3%	2	7%	5	4%	1	5%	6
Los Cipreses	Salamanca	5.836,50	34			1%	2			32%	1	7%	3	47%	6	1%	6
S' Escorxador	Palma de Mallorca	6.041,00	34	16%	1	1%	1	0,4%	4			24%	2	32%	20	25%	5
Getafe-3	Getafe - Madrid	27.454,64	107	56%	1	3%	8	1%	8	3%	3	9%	20	21%	29	4%	31
La Máquina	Ponferrada - León	1.872,93	15	51%	1	3%	2					9%	5	32%	3	0,1%	1
Opción	Gijón - Asturias	4.628,14	23	31%	1					43%	4	11%	2	4%	1	1%	3
La Plaza de Badajoz	Badajoz	2.142,18	31	42%	1	11%	12					9%	5	12%	3	18%	3
La Plaza de Leganés	Leganés - Madrid	3.005,11	29	68%	1			4%	3			7%	6	16%	12	4%	5
Vicálvaro	Madrid	2.347,47	44	45%	1	1%	1	8%	5			25%	10	7%	2	14%	25
El Centre de La Vila	Barcelona	17.534,33	84	21%	2	1%	3	5%	8	1%	2	12%	21	43%	27	9%	11
		81.291,15	520	38%	11	3%	54	3%	51	6%	12	10%	85	26%	109	7%	114
	AMPLIACIÓN G3	19.942,39	72														
	TOTAL RED+AMPL.	101.233,54	592														

Claves actividades:

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.)

Procedencia							Operador					
INT		NAC		LOC			FRQ		CAD		COI	
			42%	7	39%	53	8%	6	35%	1	39%	53
			58%	3	40%	30			60%	5	38%	28
8%	2		68%	9	8%	7	8%	3	67%	8	9%	7
0,1%	1		52%	20	48%	12			52%	21	48%	12
63%	8		22%	49	14%	43	12%	16	73%	38	14%	46
51%	1		2%	2	42%	9			58%	4	37%	8
			31%	3	57%	8			31%	3	57%	8
44%	2		3%	2	44%	20			45%	3	46%	21
			71%	5	28%	22			71%	5	28%	22
			57%	22	43%	22	5%	2	60%	24	34%	18
			53%	11	40%	63	2%	3	51%	8	40%	63
24%	14		39%	133	30%	289	6%	30	58%	120	30%	286
Claves procedencia: INT: internacional NAC: nacional o regional LOC: local							Claves operador: FRQ: franquicia CAD: cadena COI: comercio independiente					



Todas las imágenes de esta página corresponden al Mercado del Centro Comercial Arrecife.



A detailed close-up photograph of fish scales and fins, showing intricate textures and iridescent colors ranging from deep blue to silvery white. The scales are tightly packed and have a pebbled appearance. The fins are visible at the top and bottom edges, showing fine, radiating structures.

Asistencia técnica

MERCASA | Informe anual 2010

Asistencia técnica

Los servicios de asistencia técnica que presta Mercasa a la cadena alimentaria contribuyen a la consolidación de estructuras y formatos comerciales avanzados, tanto mayoristas como minoristas, tanto en España como de manera creciente en el ámbito internacional.

Una actividad de asistencia técnica, a través de estudios y proyectos, que se extiende por todos los eslabones de actividad de la cadena alimentaria: comercio mayorista, comercio detallista, actividades complementarias, etc.; y cuyos destinatarios son todo tipo de Administraciones públicas, organismos multilaterales, organizaciones sectoriales y empresariales.

En España, esta labor se mantiene de forma constante con el desarrollo, modernización y ampliación de las Mercas, a las que Mercasa proporciona soporte técnico, redactando proyectos de ejecución y asumiendo, en algunos casos, la dirección de las obras, tanto para actuaciones de mejora de las instalaciones actuales como para operaciones de traslado de las mismas.

En el terreno detallista destaca la labor de asistencia técnica que Mercasa proporciona a los ayuntamientos con la realización de estudios de viabilidad para la remodelación y nuevos desarrollos de Mercados Municipales Minoristas.

En el terreno internacional, la actividad de Mercasa centra sus esfuerzos en países en vías de desarrollo, con actuaciones que comprenden el total desarrollo de la actuación, ya sean mercados mayoristas o minoristas, desde su concepción y dimensionamiento hasta la formación de los organismos oficiales y la puesta en marcha, pasando por la redacción de proyectos de ejecución y dirección de obra. A los proyectos que ya estaban en marcha en África y América del Sur, que continúan desarrollándose, se suman los proyectos más recientes en América Central, concretamente en Costa Rica y Panamá.



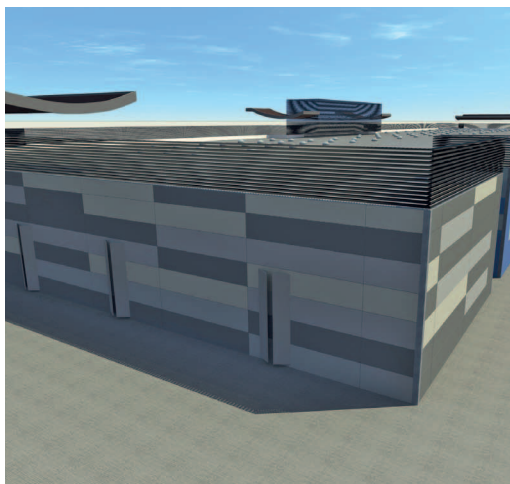
Mercado de Parque Venecia. Zaragoza.



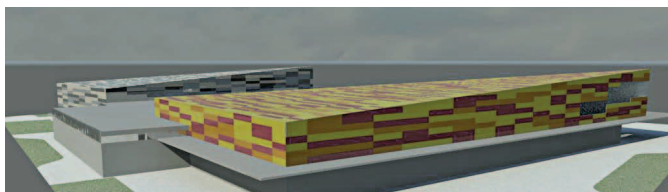
Mercado de Valdespartera. Zaragoza.



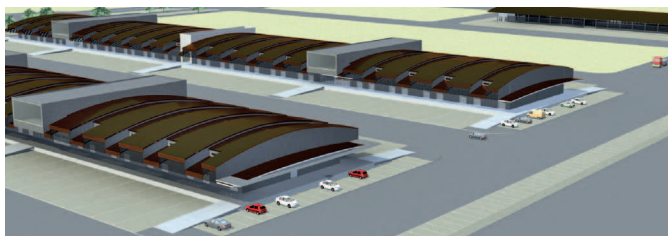
Mercado Público de Penonomé. Panamá.



Mercado de David. Panamá.



Mercado de Santiago. Panamá.



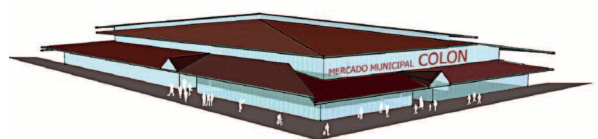
Mercado Mayorista de Panamá.



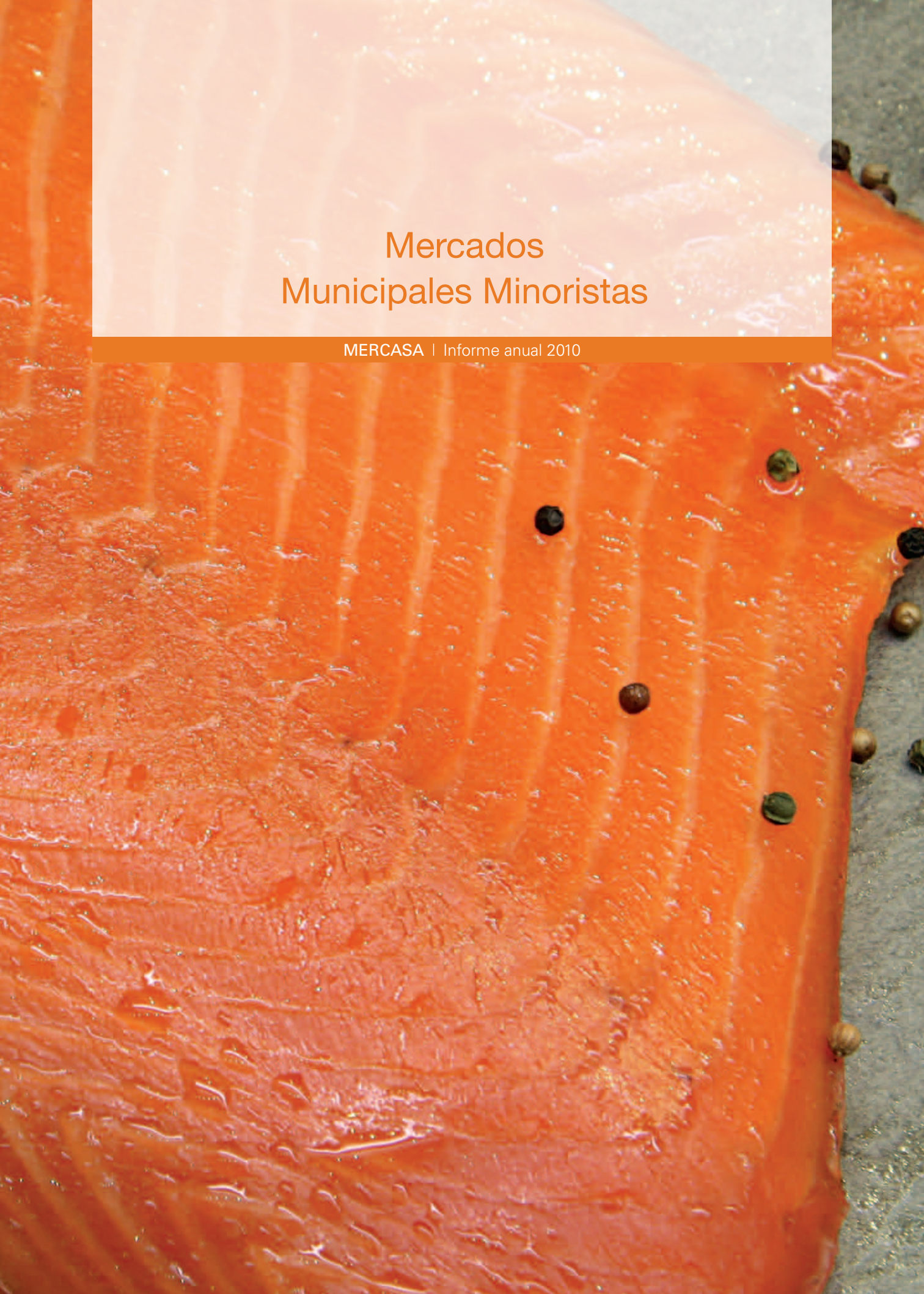
Mercado Público La Chorrera. Panamá.



Mercado Público de Chitré. Panamá.



Mercado Municipal de Colón. Panamá.



Mercados Municipales Minoristas

MERCASA | Informe anual 2010

Mercados Municipales Minoristas

La actividad de Mercasa relacionada con los Mercados Municipales Minoristas volvió a registrar en 2010 un fuerte impulso con la firma de nuevos convenios de colaboración institucional y puesta en marcha de nuevos proyectos, tanto de remodelación como de nuevos desarrollos en zonas de expansión urbana, entre los que destaca especialmente el Convenio de Colaboración de Mercasa con el Ayuntamiento de Zaragoza para la construcción de Mercados en los nuevos barrios de la ciudad, porque abre una línea de actuación que refuerza la experiencia de Mercasa en la modernización y reforma de Mercados Municipales, muchos de ellos ubicados en instalaciones con especial interés histórico y arquitectónico.

Nuevos Mercados Municipales en Zaragoza

El convenio de Mercasa con el Ayuntamiento de Zaragoza ha permitido ya la puesta en marcha de un primer proyecto, centrado en el Mercado de Valdespartera, que se está construyendo en 2011, y el diseño de un segundo desarrollo, en el Mercado de Parque Venecia, que está en fase de estudio.

El acuerdo del Ayuntamiento de Zaragoza con Mercasa, en el que también participa Mercazaragoza, contempla que el Ayuntamiento de Zaragoza pondrá a disposición de Mercasa las parcelas adecuadas para acometer los nuevos proyectos comerciales. Acto seguido, Mercasa se encargará de la redacción de los proyectos constructivos y de la ejecución de los trabajos. Finalmente, Mercazaragoza será la entidad que se responsabilice de la administración, gestión y control de los nuevos mercados.

Los nuevos mercados municipales que se quieren impulsar se conciben como centros en los que se apoya la actividad del pequeño comercio, ya que fomentan la vida comercial y social de los nuevos núcleos residenciales de la ciudad, dando así satisfacción a las demandas de los nuevos

residentes. Otro de los factores novedosos de estos nuevos equipamientos es la voluntad de que las instalaciones respondan a una arquitectura bioclimática, que los haga autosuficientes en materia energética, para que sea más sostenible su mantenimiento. La combinación de las nuevas tendencias arquitectónicas permitirá tener unos edificios comerciales de nueva generación, aunque fieles a las señas de identidad que el consumidor aprecia y que le generan confianza.

En cuanto al nuevo Mercado de Valdespartera, se concibe como un mercado de proximidad, especializado en una oferta integral (es decir, alimentación fresca y alimentación no perecedera). Está integrado por una sala de ventas con puestos de mercado y una mediana superficie, además de actividades complementarias y auxiliares, como despachos, almacenes, muelles de carga y descarga y aparcamiento.

Otras actuaciones en 2010

Nuevo convenio con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)

Un nuevo convenio marco de colaboración se firmó el 30 de junio de 2010 con el objeto de promover la colaboración entre Mercasa y la FEMP, plasmándose en acciones de mejora de la coordinación y cooperación para potenciar el comercio en el ámbito municipal, en concreto en las actuaciones en los Mercados Municipales Minoristas, los centros comerciales, el fomento de mejores hábitos de consumo y la integración de aquellos centros en su entorno. La colaboración entre ambas entidades quedará reflejada en planes de trabajo específicos para 2010 y 2011, en los que está prevista la organización de unas jornadas técnicas para conocer los problemas y las posibles alternativas de futuro del comercio de productos frescos perecederos, la introducción de las nuevas tecnologías en los mercados minoristas o el diseño de planes de formación para la cualificación profesional de los operadores de los mercados municipales.

También se llevará a cabo la elaboración de una propuesta técnica destinada a conocer los Mercados Municipales Minoristas que existen en España por medio de un censo o inventario.

El convenio contempla, por otro lado, la creación o mejora de equipamientos comerciales en los municipios, mediante el

formato de mercado municipal, en aquellas áreas donde no esté presente la iniciativa privada, aprovechando el crecimiento urbano o las iniciativas de rehabilitación y modernización de edificios históricos en los cascos antiguos.

Convenio de Mercasa con el Ayuntamiento de Lleida para la mejora de los Mercados Municipales

Mercasa y el Ayuntamiento de Lleida firmaron en 2010 un convenio marco de colaboración en el que se establecen las bases para posibles actuaciones conjuntas de cara a la mejora y reforma de los mercados municipales de Lleida, entre ellos el Mercat del Pla. Este acuerdo permitirá al Ayuntamiento de Lleida potenciar y mejorar los mercados municipales de la ciudad mediante varias actuaciones como estudios de mercado, análisis sobre el conocimiento del consumidor y las potencialidades del mercado, asesoría y búsqueda de financiación, entre otras.

Incorporación de Mercasa al centro de innovación comercial I3com

Un espacio de encuentro entre profesionales vinculados a la distribución comercial que desean formar parte de un proyecto cuyo objetivo es la mejora de la competitividad de las empresas del comercio a través de la innovación y de la mejora continua. I3com es un centro de referencia TIC reconocido por la Junta de Castilla y León, y a nivel estatal. Es un espacio pionero en la investigación comercial y su misión es imaginar, diseñar y crear soluciones tecnológicas en un entorno que permite interactuar con equipos multidisciplinares.

Convenio de Colaboración de Mercasa con la Consellería de Economía e Industria de la Xunta de Galicia

Desarrollo de una campaña de promoción del consumo en los 102 mercados municipales y plazas de abastos que desarrollan su actividad en Galicia y elegir al mejor comerciante de cada uno de ellos.

Puesta en marcha de la gestión centralizada de toda la actividad del Mercado Sur de Burgos

Esta propuesta tiene un doble objetivo; por una parte se pretende dar respuesta a las obligaciones derivadas de la normativa en materia de seguridad alimentaria (Reglamentos Comunitarios [CE] nº 178/2002 y nº 852/2004),

en base a la utilización de la guía de buenas prácticas de higiene alimentaria y trazabilidad para el pequeño comercio de alimentación aprobada recientemente por la Agencia de Seguridad Alimentaria de la Junta de Castilla y León, y por otra se pretende trabajar más en profundidad sobre la fidelización de los clientes y realizar una promoción comercial permanente y eficiente, creando para ello una tarjeta de cliente y accediendo a la información aportada por el Sistema de Información Geográfica Comercial (GISCOM) de la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos. Esto permitirá disponer de información sobre los clientes actuales, pero también sobre los clientes potenciales, pudiendo así realizar acciones directas para captarlos.

Adicionalmente se pretende conseguir una incorporación y utilización de las TIC por parte de los comerciantes.

Plan Estratégico del Proyecto para la Remodelación Integral de la Plaza de Abastos de Soria y su Entorno Urbano

Mercasa presentó en 2010 el proyecto del Mercado Provisional de Soria, planteado como un edificio con carácter “reciclable”, de manera que su uso pueda prolongarse más allá de los dos años que dará cabida a los puestos del Mercado de la Plaza de Abastos mientras dura la construcción del proyecto definitivo. Con un espacio construido de 600 metros cuadrados, en los 450 útiles se ubicarán 20 puestos de diversos tipos, como pescadería, frutería, carnicería, etc., además de dar cabida a espacios comunes como servicios y almacenes. El edificio del Mercado Provisional dará cabida a todos los clientes actuales del mercado, al encontrarse a escasos 400 metros de la Plaza de Abastos, y contempla todas las mejoras tecnológicas que pueden necesitarse en un mercado de este tipo.

Igualmente, Mercasa ha realizado el Plan Estratégico del Proyecto para la Remodelación Integral de la Plaza de Abastos de Soria y su Entorno Urbano. Este plan surge de la necesidad expresada por el Ayuntamiento de Soria, la Federación de Organizaciones Empresariales de Soria (FOES) y por los propios comerciantes de llevar a cabo la remodelación de la actual Plaza de Abastos en base, fundamentalmente, a tres ideas básicas: la resolución de sus carencias comerciales y funcionales, la obtención de una integración más óptima en su entorno urbano y la consecución de una verdadera regeneración comercial y urbana de la Plaza de Bernardo Robles.

Reapertura del Mercado de San Vicente de Paúl de Zaragoza

Se produjo en mayo de 2010. Las obras de modernización se iniciaron en abril de 2009, dentro del Plan Español para el Estímulo de la Economía y del Empleo (Plan E). La remodelación ha tenido una inversión de 2,1 millones de euros. El proyecto y la dirección de obra han sido realizados por Mercasa.

Otros convenios en vigor suscritos por Mercasa

- **Con el Ministerio de Fomento**, orientado a impulsar la rehabilitación de Mercados Municipales Minoristas ubicados en edificios que gocen de una singularidad histórico-artística.
- **Con la Diputación de Barcelona** al objeto de coordinar y cooperar en la rehabilitación de los Mercados Municipales y potenciar el comercio en los centros urbanos de las ciudades.
- **Con la Federación de Comercio Agrupado y Mercados de la Comunidad Autónoma de Madrid (COCAM)** para contribuir, elaborando proyectos de modernización, a dinamizar los Mercados Municipales de Madrid.
- **Con el Consorcio de Promoción Comercial de Cataluña (COPCA) del Departamento de Comercio, Turismo i Consumo de la Generalitat** al objeto de desarrollar nuevos proyectos de modernización y dinamización de los Mercados Municipales de Cataluña.
- **Otro aspecto relevante ha sido la consolidación de Mercasa en la asunción directa de la gestión de Mercados Minoristas**, actividad cuya puesta en práctica ya se inició en el año 2005 con el Mercado Once de Septiembre en Barberá del Vallés, y en el año 2007 se amplió al nuevo Mercado Sur de Burgos. Dos Mercados Municipales de reconocido prestigio dentro del sector empresarial, y en los que Mercasa desarrolla un servicio de gerencia global conjuntamente con las asociaciones de comerciantes, empresas de distribución como Mercadona o El Árbol, y las propias corporaciones municipales.
- Mercasa mantiene la colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en la **web MercadosMunicipales.es**, que continuó en 2010 su labor de promoción, información técnica y estudios, junto a documentación estadística, académica y profesional, en relación con los Mercados Municipales.

Actuaciones de asistencia técnica de Mercasa sobre Mercados Municipales Minoristas en 2010

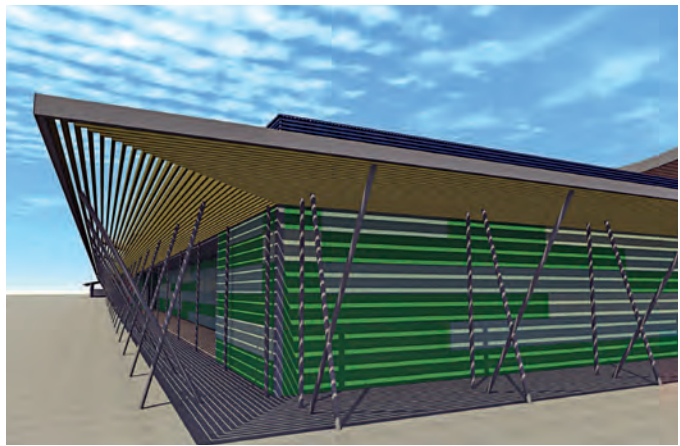
- **Zaragoza.** Desarrollo de una nueva red de nuevos Mercados Municipales Minoristas.
- **Burgos.** Puesta en marcha del nuevo Mercado Sur de Burgos y proceso de desarrollo del futuro Mercado Norte de Burgos y del futuro Mercado G-9 de Burgos.
- **Pontedeume.** Elaboración del proyecto del Mercado Provisional.
- **Almendralejo.** Elaboración de una propuesta de formación, dirigida al sector profesional del comercio minorista, para impulsar la adaptación permanente a través del proyecto "Almendralejo. Inversión Sostenible", cofinanciado por los Fondos FEDER en el ámbito del desarrollo local y urbano.
- **Santander.** Mercado de la Esperanza.
- **Antequera.** Se mantiene la colaboración con el ayuntamiento en la ejecución de un proyecto de desarrollo local y urbano destinado a pequeños y medianos municipios en el que se englobaría la remodelación de su Mercado Municipal. La remodelación del Mercado de Abastos de Antequera y su entorno va a suponer una inversión cercana a los nueve millones de euros, de los que 3,5 millones serán aportados por la Unión Europea (UE) a través del Proyecto Urban, y el resto con recursos propios por el ayuntamiento. El exterior del edificio, de valor histórico, se conservará como en la actualidad, mientras que el interior será acondicionado para albergar dos plantas, de forma que prácticamente duplicará su actual superficie, con unos 500 metros cuadrados por planta. Asimismo, también se construirá un aparcamiento subterráneo, para 250 vehículos, en la Plaza Fernández Viagas.
- **Soria.** Asesoramiento en el proceso de remodelación de su mercado. Nuevo convenio de colaboración para desarrollar el futuro Mercado Provisional.
- **Zamora.** Asesoramiento en el proceso de remodelación de su mercado.
- **La Bañeza.** Asesoramiento en el proceso de remodelación de su mercado.
- **Mazarrón:** Asesoramiento en la futura puesta en marcha de su Mercado Municipal.



Mercado de Valdespartera, Zaragoza.



Mercado Público de Chitré, Panamá.



Mercado de David, Panamá.



Mercado de Parque Venecia, Zaragoza.

- Diseño y puesta en marcha de un proyecto de I+D en materia de higiene alimentaria y gestión comercial aplicada al formato de Mercado Municipal con el apoyo de la Agencia de Inversiones y Servicios de Castilla y León.
- Estudio de viabilidad del Mercado Municipal de la Masuca, Igualada.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Calvario, Vigo.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Traviesas, Vigo.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Progreso, Vigo.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Téis, Vigo.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Bouzas, Vigo.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Barbés, Vigo.
- Diagnóstico comercial del Mercado Municipal de Cabral, Vigo.
- Elaboración de una guía práctica para la adecuación y mejora de la competitividad de los mercados de la ciudad de Vigo.
- Elaboración de una propuesta para la potenciación de las denominaciones de origen de Galicia en la red de Mercados Municipales de Vigo.
- Propuesta para el desarrollo e implementación de un nuevo sistema de gestión profesional en Mercacevi.
- Asistencia técnica puesta en marcha del nuevo Mercado Municipal de Navalcarnero.
- Estudio de viabilidad del nuevo Mercado Municipal Minorista a desarrollar en el distrito de Torrero/La Paz, Parque Venecia, Zaragoza.
- Estudio de viabilidad del nuevo Mercado Municipal Minorista a desarrollar en el distrito de Oliver-Valdefierro, Zaragoza.
- Estudio de viabilidad del nuevo Mercado Municipal Minorista a desarrollar en el distrito de Margen izquierda/Barrio de la Jota, Zaragoza.
- **Contactos institucionales y técnicos** con los Ayuntamientos de La Laguna, Huelva, San Martín de Valdeiglesias, Lleida, Huesca, Logroño, Tudela, Vélez Málaga, A Guarda, Oliva y San Pere de Ribes.
- **Contactos institucionales y técnicos** con los mercados y asociaciones de comerciantes de Cangas, del Mercado de Barceló y del Mercado de las Águilas en Madrid, Mercado del Carmen y San Sebastián en Huelva.

Proyectos de cooperación internacional sobre Mercados Minoristas

La demanda de asistencia técnica internacional a Mercasa se orienta cada vez más a proyectos de Mercados Minoristas, que valoran la experiencia española en este tipo de formato comercial, por sus ventajas objetivas para ordenar la oferta de alimentos frescos en condiciones de servicio, calidad y seguridad alimentaria, en muchos casos con una relación directa con la modernización del escalón mayorista. En 2010, Mercasa mantuvo un crecimiento expansivo en este ámbito de actividad, en el que destacan especialmente los nuevos proyectos en Panamá.

- **Panamá.** El Gobierno de Panamá ha encargado a Mercasa el proyecto de modernización de sus estructuras comerciales mayoristas y detallistas de distribución alimentaria, tras haber sido seleccionada a mediados de 2010 en una licitación internacional en la que participaron varias empresas españolas y de otros países. El Gobierno de Panamá, a través de la Secretaría de la Cadena de Frío adscrita al Ministerio de la Presidencia, está impulsando un ambicioso programa para mejorar el abastecimiento y la seguridad alimentaria, en el que se enmarca el desarrollo encargado a Mercasa, por un importe de 6,5 millones de dólares. El trabajo de Mercasa se concreta en el estudio de dimensionamiento, la redacción del proyecto de ejecución y el asesoramiento y formación para la implantación de una plataforma de distribución mayorista en la capital del país y siete Mercados Minoristas, así como el seguimiento y apoyo a la gerencia posterior a la construcción de los mercados, imprescindible para su puesta en marcha. Las ciudades en las que se está actuando son Panamá, Chorrera, David, Veraguas, Las Tablas, Chitré, Penonomé y Colón.
- **Costa Rica.** Mercasa ha firmado un contrato con el Gobierno de Costa Rica para desarrollar el proyecto del Mercado Minorista de la ciudad de Alajuela. Mercasa realizará el trabajo de asistencia técnica para diseñar un nuevo mercado que actúe como motor de crecimiento económico y dinamización social. Cabe indicar que este proyecto tiene su origen en la colaboración iniciada en 2006 entre Mercasa y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). En concreto, el Mercado Minorista de Alajuela fue uno

de los seleccionados por Mercasa como proyecto piloto. El objetivo general es contribuir a la dinamización de la actividad económica del centro de la ciudad de Alajuela, fortaleciendo la sinergia entre las actividades comerciales y de servicios turísticos, culturales y sociales.

- **República Dominicana.** Mercasa está participando en Santo Domingo en la modernización de varios mercados municipales, tanto en el desarrollo de los mercados como en la formación para su puesta en marcha, concretamente el Mercado de Cristo Rey y el Mercado Nuevo en la Avenida Duarte.
- **Participación en el III Encuentro de Mercados de la Unión Mundial de Mercados Minoristas en Dublín, Irlanda, bajo el lema “Retail Markets: Business with a Human Face”.**
- **Colaboración con la Unión Mundial de Mercados Mayoristas en la potenciación del grupo de trabajo relacionado con el Área de Retails Markets.** La Unión Mundial de Mercados Minoristas, WURM en su acrónimo anglosajón, es una sección dentro de la Unión Mundial

de Mercados Mayoristas. No se trata de una asociación autónoma, sino que es una parte de la WUWM dirigida a la construcción, gestión y organización de los Mercados Minoristas. Su principal objetivo consiste en dar apoyo a los mercados miembros bien sea a través de sus propietarios, gerentes u operadores.

- **Curso de Mercasa y la Fundación Ceddett sobre comercio interior para profesionales latinoamericanos.** Transmitir los conocimientos y aspectos básicos de la distribución, explicar las experiencias de Mercasa en materia de Mercados Municipales Minoristas y de mercados mayoristas y explicar aspectos sobre la gestión logística, la trazabilidad y la seguridad alimentaria fueron los objetivos de la cuarta edición del curso on line de comercio interior “Modelos y desafíos. Servicio público e iniciativa privada”, organizado a lo largo de 2010 y dirigido a profesionales latinoamericanos con responsabilidad en áreas agroalimentarias, que concluyó con un seminario presencial en Madrid para los alumnos con mejores resultados.



Actividad internacional

MERCASA | Informe anual 2010

Actividad internacional

En 2010, la actividad internacional de Mercasa continuó centrándose en proyectos ya iniciados en ejercicios anteriores (como los de Angola, República Dominicana y Panamá), así como realizando labores de promoción en otros países (entre los que destacan China, Perú, República Checa y Ecuador) que muestran interés por conocer la experiencia de Mercasa como referencia para mejorar sus infraestructuras y sus servicios, sobre todo por parte de los Gobiernos y Administraciones municipales.

Con respecto a Angola, en 2010 se terminaron los trabajos relativos a la I Fase del Centro Logístico y de Distribución (CLOD) de Angola. Concretamente, se produjo la entrega y recepción del edificio administrativo y del complejo de las llamadas "4 naves". Igualmente se concluyeron en 2010 los programas de formación de personal para personal angoleño que en el futuro gestionará el CLOD, programas que habían comenzado a finales del año anterior.

Como consecuencia de las gestiones realizadas en materia de promoción que se iniciaron en años anteriores por parte de Mercasa en Panamá, en julio de 2010 el Gobierno de Panamá encargó a Mercasa el proyecto de modernización de sus estructuras comerciales mayoristas y detallistas de distribución alimentaria, dando así impulso a un ambicioso programa para mejorar el abastecimiento y la seguridad alimentaria del país. El trabajo de Mercasa se concreta en el estudio de dimensionamiento, la redacción del proyecto de ejecución y el asesoramiento y formación para la implantación de una plataforma de distribución mayorista y siete mercados minoristas ubicados en distintas localidades de Panamá, así como el seguimiento y apoyo a la gerencia posterior a la construcción de los mercados, imprescindible para su puesta en marcha.

Por un lado, respecto de la implantación de una plataforma mayorista en Ciudad de Panamá, se trata de una reubicación de un mercado obsoleto ya existente en el área metropolitana y su sustitución por unas infraestructuras más acordes con las necesidades actuales de la ciudad; por otro lado, con respecto a los siete mercados minoristas en diferentes localidades del país, se procederá en unos

casos a la remodelación y modernización de antiguos mercados existentes y en otros casos se harán nuevos desarrollos de mercado en ciudades que actualmente no cuentan con este tipo de infraestructuras.

Actividades de Mercasa en la Unión Mundial de Mercados Mayoristas

Mercasa desde hace años mantiene una actividad muy intensa en el seno de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM). Este organismo internacional, que agrupa a unos 200 mercados mayoristas de 50 países de los cinco continentes, impulsa el intercambio de la información sobre los mercados mayoristas, con el fin de mejorar sus estructuras, diseño, organización y gestión, así como favorecer la asistencia internacional en materia de distribución mayorista alimentaria.

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

Mercasa continúa siendo un miembro de referencia en la WUWM, además de pertenecer al Consejo de Dirección y contar con el reciente nombramiento del director de Internacional de Mercasa como vicepresidente de este organismo, cuyo mandato durará dos años.

Además, Mercasa interviene en diversos grupos de trabajo constituidos en el seno de la WUWM para tratar aspectos de especial interés, como los relativos al ámbito de la normativa y reglamentación de la Unión Europea (Grupo Unión Europea), y a la difusión y fomento de buenas prácticas de gestión de mercados del comercio tradicional minorista en alimentos perecederos (Grupo Mercados Minoristas).

Por último, la Sección Europea de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM) continúa intensificándose de manera importante, sobre todo para hacer escuchar la voz de los mercados ante las autoridades de la Comisión Europea en relación con las nuevas normativas sobre comercio alimentario, Política Agraria Común e higiene y salud alimentaria, entre otros.

La Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas en Palma de Mallorca abre los grandes debates sobre el futuro de los mercados mayoristas

Mercasa, en colaboración con Mercapalma y con el Ayuntamiento de Palma de Mallorca, acogió la Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (World Union of Wholesale Markets, WUWM) que inicialmente se iba a celebrar del 20 al 23 de abril de 2010 en Palma de Mallorca. Sin embargo, pocos días antes de su inauguración fue necesario aplazar el evento ante el bloqueo del espacio aéreo europeo, provocado por la nube de cenizas del volcán Eyjafjalla de Islandia; posponiendo así la convocatoria a septiembre de 2010.

La conferencia de Palma de Mallorca ha abierto los grandes debates sobre el futuro de los mercados mayoristas, a partir de las intervenciones de los 40 ponentes y panelistas que participaron en las cinco sesiones de trabajo incluidas en el programa de la conferencia, bajo el lema “Una oferta global para todas las demandas”.

Unos grandes debates que se centran en la necesidad de definir la respuesta de los mercados mayoristas ante el nuevo escenario económico internacional, asumir la gestión medioambiental como responsabilidad y oportunidad de negocio, y contemplar como un reto la contribución de los mercados mayoristas a unos hábitos alimentarios saludables.

Todo ello aproximándose también a la realidad de los mercados municipales minoristas, que son una pieza fundamental en el urbanismo comercial de las ciudades y la distribución de alimentos frescos.

Los organizadores de la conferencia, Mercasa y Mercapalma, consideran sus resultados muy positivos así como la alta participación, con más de 200 profesionales, gestores y responsables institucionales de mercados mayoristas de 30 países.

Una de las conclusiones básicas de esta conferencia fue la consideración general de que “los mercados mayoristas tienen un brillante futuro por delante”, tal y como afirmó el presidente de Mercasa, Ignacio Cruz Roche, durante la clausura del encuentro, subrayando las cuestiones principales abordadas a lo largo de la conferencia, como el papel que juega el sector público o las economías de tamaño que generan los mercados mayoristas, entre otros aspectos.

Por su parte, el presidente saliente de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, Graham Wallace, mostró su satisfacción al considerar que este encuentro es una oportunidad única para debatir el principal lema de la conferencia, “Una oferta global para todas las demandas”.

En la inauguración de la conferencia de Palma participaron también el director general de Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Ángel Allué, que destacó que “las Mercas no sólo tienen una importancia económica, sino también social y vertebradora, ya que conforman toda una ciudad”.

Por su parte, el director general de Mercapalma, Juan Dueñas, participó activamente a lo largo de todas las jornadas como anfitrión de la conferencia, incluida la visita de todos los asistentes a las instalaciones de Mercapalma y al Mercado del Olivar, en la ciudad de Palma.

Premios a Mercazaragoza y Mercacórdoba

La Unión Mundial de Mercados Mayoristas reconoció en la conferencia de Palma de Mallorca la labor desarrollada por Mercazaragoza y Mercacórdoba, concediéndoles dos de sus

premios anuales, denominados “World Union of Wholesale Markets Awards 2010”.

En el caso de Mercazaragoza, la Unión Mundial de Mercados Mayoristas ha reconocido la labor desarrollada a favor de los mercados municipales, otorgándole su premio anual en la categoría de oro.

Bajo el lema del concurso la “Excelencia en el desarrollo de la relación entre Mercados Mayoristas y Minoristas y su

contribución al funcionamiento de la cadena alimentaria”, la WUWM ha considerado en esta edición el trabajo que, en este sentido, se hace desde Mercazaragoza para el relanzamiento de los mercados municipales.

Por su parte, el premio a Mercacórdoba destaca que se trata de un mercado pionero en el aumento del contacto y la interacción con la comunidad; la mejora de la educación, la especialización y la formalización; el aumento de la rentabilidad y el ratio calidad/precio, entre otras.



Acto de apertura de la Conferencia.



Acto de clausura de las sesiones.



Entrega de premios de la WUWM.



Reunión del consejo de Directores de la WUWM.



Mesa de debate.



Vista general de la Conferencia.

A close-up photograph of several cigars, showing their brown, textured wrappers and the pointed ends. The cigars are arranged diagonally across the frame, with some in sharp focus and others blurred in the background.

Distribución y consumo

MERCASA | Informe anual 2010

Actuaciones de Mercasa para contribuir a la transparencia, la competencia y la eficiencia en la cadena alimentaria

Mercasa continúa desarrollando una amplia serie de actividades encaminadas a mejorar la transparencia, la competencia y la eficiencia en la cadena alimentaria, y de forma especial en el comercio mayorista de alimentación fresca, que se ven impulsadas por el marco de colaboración institucional de la empresa con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

- Para incrementar la transparencia del mercado, Mercasa mantiene un sistema de información sobre los precios en los distintos escalones y mercados intermedios de los canales de distribución, con la difusión de los precios de contratación diarios en los mercados mayoristas, a través de las páginas web www.mercasa.es y www.mercadosmunicipales.es.
- Con idéntico objetivo, Mercasa aporta la información sobre precios en el comercio mayorista de alimentos frescos, a partir de la cual se elabora el Índice de Tendencia de Márgenes Comerciales de los Productos de Alimentación en Fresco.
- Asimismo, Mercasa elabora, por encargo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, estudios de diferencias de

precios en productos de alimentación y gran consumo por formatos comerciales. Con esta medida se pretende que los consumidores tengan una mejor información sobre precios, que se utilicen en mayor medida los niveles de precios en la decisión de compra (frente a otros instrumentos como proximidad, surtido, imagen, conveniencia, etc.) y que, finalmente, las empresas ante una demanda más elástica a los precios compitan en mayor medida con esta variable de marketing. Un trabajo de Mercasa que constituye la base documental para la elaboración del Observatorio de Precios del Comercio Minorista (OPCOMI).

- Mercasa participa también de forma activa en el Observatorio de Precios de los Alimentos, constituido en el seno del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, y del que también forman parte todas las asociaciones sectoriales representativas de los diferentes eslabones de la cadena alimentaria, así como las comunidades autónomas.
- Por otra parte, para mejorar la competencia en los mercados intermedios, se continúa reforzando la posición competitiva de las Mercas y su contribución decisiva para el cumplimiento de las exigencias de trazabilidad y seguridad alimentaria.



Rosa Aguilar.



Ignacio Cruz Roche.



Enrique Martínez Robles.

Información sobre alimentación, distribución y consumo

Estudios y publicaciones de Mercasa

En el marco de la colaboración institucional con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Mercasa mantuvo en 2010 el marco de colaboración institucional para la realización de estudios y edición de publicaciones sobre alimentación, distribución y consumo.

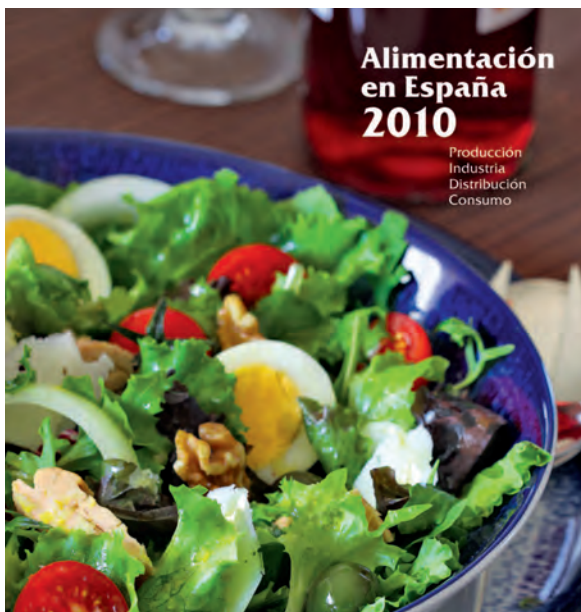
En este ámbito se enmarca la trayectoria de la revista *Distribución y Consumo*, que Mercasa comenzó a editar en 1991, y del informe anual *Alimentación en España*, que en 2010 llegó a su edición número 13.

La ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Rosa Aguilar, presentó el 17 de noviembre el estudio *Alimentación en España 2010. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, en un acto en el que también intervinieron el presidente de Mercasa, Ignacio Cruz Roche, y el presidente de la Sociedad Española de Participaciones Industriales (SEPI), Enrique Martínez Robles. Rosa Aguilar destacó que tres de cada cuatro euros gastados en alimentación en España se realizan en los hogares, “lo que equivale a hablar de estabi-

lidad en el volumen de alimentos consumidos, pero también a una reducción del gasto explicable por la caída de precios. En medio de esto, el consumidor ha evolucionado en los dos últimos años, trasladando sus actos de consumo desde los restaurantes a los hogares y seleccionando productos y establecimientos con la mirada puesta en el mejor precio, aunque sin dejar de lado la calidad”.

La ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino continuó: “Considero importante que sea una apuesta estratégica en Mercasa el hecho de afrontar el futuro desde la ecosostenibilidad, pues el gran mercado global nos obliga a contar con una cadena de valor cada vez más eficiente, equilibrada y sostenible”.

El presidente de Mercasa se refirió a la apuesta por una gestión cada vez más sostenible desde la Red de Mercas, así como también al apoyo a la mejora de la relación entre ciudad y comercio. “Las Mercas han contribuido a la oferta comercial de productos frescos”, dijo Cruz Roche, quien destacó las campañas dirigidas a los futuros prescriptores, la población infantil, a través de la asociación 5 al Día, la puesta en



marcha del Centro Interactivo del Pescado en Mercabarna o los talleres de pescado en Mercabilbao y Mercapalma.

Por su parte, el presidente de la SEPI, Enrique Martínez Robles, apuntó durante su alocución en la presentación del informe que en un entorno de crisis económica Mercasa se ha centrado en actividades de valor añadido. Una actividad que, según afirmó Martínez Robles, “le ha llevado de la mera gestión de los Mercados Centrales a ofrecer asistencia integral, una actuación necesaria para atender a los cambios de los consumidores”.

El estudio de Mercasa *Alimentación en España 2010* está recogido en un libro de cerca de 700 páginas, en las que se agrupa toda la información estadística y documental disponible y más actualizada, sobre todos los eslabones de la cadena alimentaria, utilizando en cada caso las fuentes estadísticas, públicas o privadas, más reconocidas y fiables. Para la edición de este informe, Mercasa cuenta con la colaboración del MARM, las comunidades autónomas, las asociaciones integradas en la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), y los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas

protegidas. Además de la edición en papel, el estudio se puede consultar íntegro en www.mercasa.es.

Mercasa edita el libro *Alimentos de España. Sabores y rutas*

Mercasa editó a finales de 2010 el libro *Alimentos de España. Sabores y rutas* tanto en formato papel como digital, que puede ser consultado en www.mercasa.es. El libro tiene 432 páginas con 17 capítulos, uno por cada comunidad autónoma, además de una presentación a cargo de Ignacio Cruz Roche, presidente de Mercasa, y una introducción elaborada por Ismael Díaz Yubero. El director de edición del libro ha sido Ángel Juste, los textos han sido elaborados por Alicia Langreo Navarro, Víctor Martín Cerdeño, Ismael Díaz Yubero y Miguel Ángel Almodóvar, y las fotografías pertenecen a Joaquín Terán Carrasco. El bodegón de portada y los que abren los capítulos de cada comunidad autónoma son de Carolyn Pulford. Los carteles publicitarios antiguos que ilustran los capítulos de “Sabores de...” forman parte de la colección de Carlos Velasco Murviedro, mientras que Camilo Amaro es el autor de los mapas que ilustran las “Rutas con sabor”.





Indicadores financieros

MERCASA | Informe anual 2010

Evolución de los indicadores económico-financieros

Los resultados de Mercasa en 2010 han sido de 6,4 millones de euros antes de impuestos, lo que supone un incremento del 17,6% frente a los 5,4 millones de euros de 2009.

Por su parte, la facturación por la totalidad de las líneas de negocio de la empresa ascendió en 2010 a 23,4 millones de euros, frente a los 21,8 millones de euros alcanzados en 2009.

El beneficio neto de explotación de Mercasa ascendió en 2010 a 4,9 millones de euros (4,6 millones de euros en 2009), lo que representa un 21,07% sobre la cifra de negocios (21,12% en el ejercicio 2009), mientras que el resultado financiero alcanzó el 6,05% (3,67% en el ejercicio 2009); siendo, en consecuencia, el margen financiero del 25,34% (24,80% en el ejercicio 2009).

Estos indicadores determinan que las líneas de negocio de explotación de la compañía son las que generan fundamentalmente el resultado de la sociedad, siendo menos significativa la aportación financiera, la cual en el año 2010 se ha visto influida positivamente debido a la aplicación de provisiones de participaciones accionariales en sociedades participadas.

El gráfico 1 refleja la evolución de los resultados antes de impuestos de Mercasa desde el ejercicio 1996 al ejercicio 2010. En esta serie de datos se puede comprobar cómo la empresa inició una fase de crecimiento en el año 2004, donde los resultados se situaban en 1,4 millones de euros, hasta llegar a alcanzar en el ejercicio 2010 niveles superiores a los 6 millones de euros. Este crecimiento tan significativo está sustentado principalmente en la actividad de asistencia técnica internacional. Desde el punto de vista de la cifra de negocios de la compañía, se observa que ésta se ha duplicado desde el año 1996 hasta el año 2010, pasando de 11,6 millones de euros a 23,4 millones de euros.

El impacto de la evolución del entorno, con una caída del consumo en 2010, ha afectado a las diferentes líneas de negocio, manteniéndose una estabilidad en los márgenes de contribución aportados por las Mercas. La línea de negocio de centros comerciales ha sufrido una leve caída respecto a 2009, explicada fundamentalmente por un descenso en los niveles de actividad.

La asistencia técnica nacional, dependiente de encargos del sector público y especialmente ayuntamientos, se ha contraído como consecuencia de las restricciones presupuestarias, sin embargo los márgenes brutos en esta línea se han incrementado respecto a 2009 como consecuencia de una importante contención de costes y de un incremento del margen porcentual unitario por proyecto.

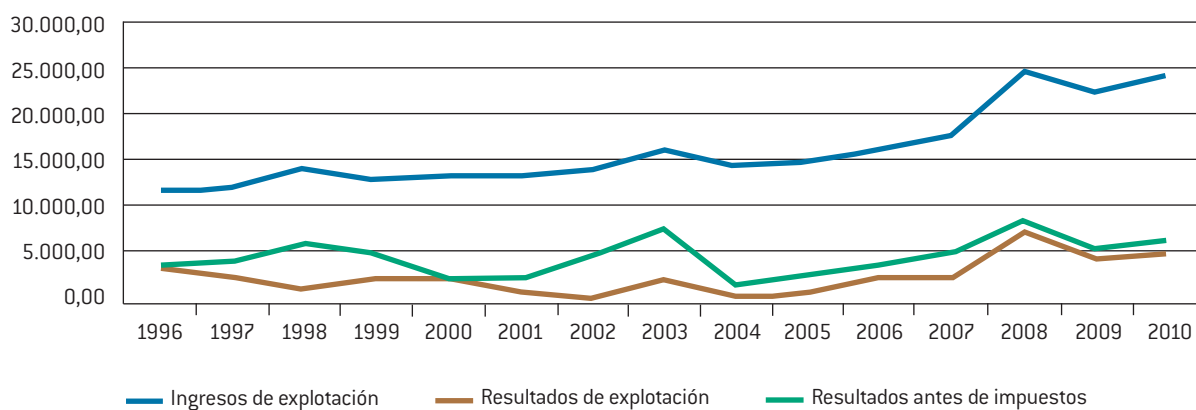
La caída en el nivel de actividad en la asistencia técnica nacional se ve más que compensada por un crecimiento significativo de la actividad de asistencia técnica internacional, en línea con lo acontecido en 2008 y 2009. Los niveles de actividad en el área de internacional, medidos desde el punto de vista de la cifra de negocios, se han incrementado un 50% respecto a 2009. Toda esta evolución puede observarse en el gráfico 2, que recoge los márgenes brutos por unidades de negocio.

Los principales indicadores económico-financieros del balance correspondiente a 2010 muestran que Mercasa generó en el ejercicio un cash-flow proveniente de las actividades de explotación de 3,8 millones de euros y un cash-flow proveniente de las actividades de inversión de 2,2 millones de euros, lo que ha permitido retribuir a sus accionistas por una cuantía de 4,6 millones de euros, devolver deuda por una cuantía de 0,1 millones de euros y obtener un incremento de efectivo por 1,3 millones de euros. Además generó un EBITDA de 8,4 millones de euros (8,2 millones de euros en el ejercicio 2009).

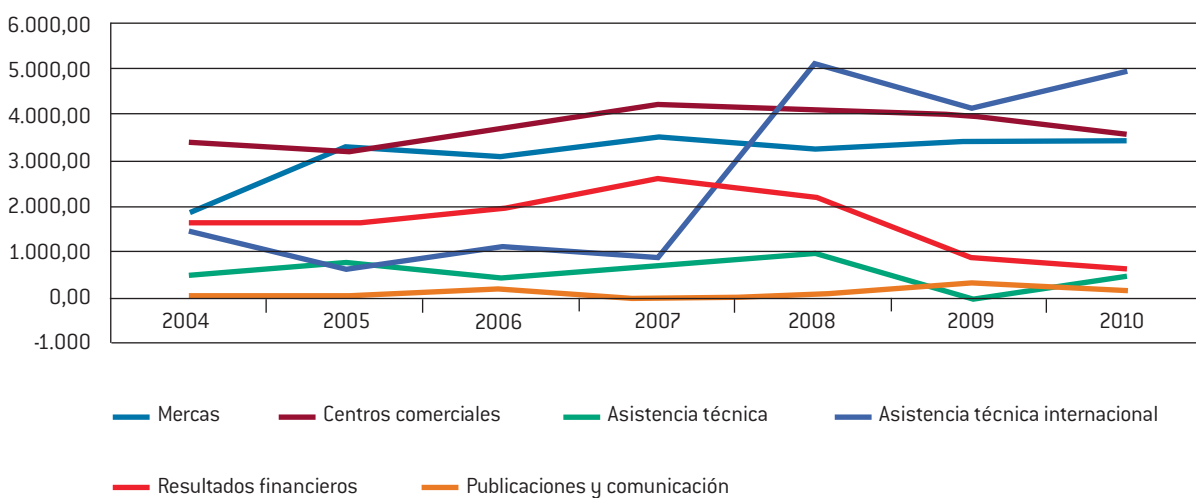
La rentabilidad financiera es del 3,6% sobre el patrimonio neto (3,1% en el ejercicio 2009) y la rentabilidad económica del 2,6% sobre el activo total (2,5% en el ejercicio 2009).

Estos resultados refuerzan la continuada mejora de la gestión interna, donde se han seguido disminuyendo los costes de explotación e incrementado los ingresos de las actividades ordinarias. Además, Mercasa mantiene una fuerte solidez económica, con un bajo índice de endeudamiento.

Resultados antes de impuestos 1996-2010 (miles de euros)



Márgenes brutos por unidades de negocio (miles de euros)



A close-up photograph of several green olive branches. The leaves are covered in numerous small, brown, circular spots, likely due to a fungal disease or insect damage. The background is a soft, out-of-focus light blue and white.

Cuentas anuales individuales

MERCASA | Informe anual 2010

Informe de auditoría de cuentas anuales individuales

1. Hemos auditado las cuentas anuales de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. [o Mercasa], que comprenden el balance al 31 de diciembre de 2010, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha. Los administradores son los responsables de la formulación de las cuentas anuales de la sociedad, de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad (que se identifica en la nota 2 de la memoria adjunta) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales en su conjunto, basada en el trabajo realizado de acuerdo con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, que requiere el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales y la evaluación de si su presentación, los principios y criterios contables utilizados y las estimaciones realizadas están de acuerdo con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación. Nuestro trabajo no incluyó el examen de las cuentas anuales del ejercicio 2010 de algunas empresas del grupo y asociadas cuyo efecto en el activo supone aproximadamente el 17,56% de la cifra total del activo reflejada en las cuentas anuales adjuntas. Las mencionadas cuentas anuales de dichas sociedades han sido examinadas por otros auditores (ver nota 20 de la memoria adjunta) y nuestra opinión expresada en este informe sobre las cuentas anuales de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. se basa, en lo relativo a las participaciones en esas sociedades, únicamente en el informe de los otros auditores.
2. En nuestra opinión, basada en nuestra auditoría y en los informes de otros auditores, las cuentas anuales del ejercicio 2010 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. al 31 de diciembre de 2010, así

como de los resultados de sus operaciones y de sus flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

3. Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención respecto al cumplimiento del párrafo tercero del artículo 111 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales [Reglamento] por parte de algunas sociedades del grupo y asociadas de Mercasa que operan bajo el régimen de empresas mixtas municipales y que no han definido ni en sus estatutos ni en su constitución las condiciones en que se producirá la “amortización del capital privado”. Dada la indefinición e incertidumbre jurídica derivada de la falta de adaptación de lo establecido en el Reglamento, no es posible concluir de un modo objetivo a la fecha actual sobre la recuperación de parte de las inversiones materializadas por Mercasa en dichas sociedades, en concreto respecto a 44 millones de euros de las inversiones en compañías del grupo y asociadas, o incluso si se obtendrán, además de recuperar las inversiones materializadas, plusvalías adicionales.

4. El informe de gestión adjunto del ejercicio 2010 contiene las explicaciones que los administradores consideran oportunas sobre la situación de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A., la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2010.

Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la Sociedad.



PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

Gabriel López

Socio – Auditor de Cuentas

29 de abril de 2011

Balance al 31 de diciembre de 2010 y 2009 (expresado en miles de euros)

Activo

	2010	2009
A) ACTIVO NO CORRIENTE	151.169	149.964
I. Inmovilizado intangible	753	771
II. Inmovilizado material	9.095	11.614
III. Inversiones inmobiliarias	54.382	52.392
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	86.233	84.212
V. Inversiones financieras a largo plazo	579	936
VI. Activos por impuesto diferido	127	39
B) ACTIVO CORRIENTE	35.583	34.969
II. Existencias	45	14
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5.735	3.830
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	13.754	15.861
V. Inversiones financieras a corto plazo	6.473	6.988
VI. Periodificaciones a corto plazo	4	—
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	9.572	8.276
TOTAL ACTIVO (A + B)	186.752	184.933

Patrimonio neto y pasivo

	2010	2009
A) PATRIMONIO NETO	178.345	177.184
A-1) Fondos propios	178.320	177.184
Capital	153.942	153.942
Reservas	18.439	17.905
Resultado del ejercicio	5.939	5.337
A-2) Ajustes por cambios de valor	25	—
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	—	—
B) PASIVO NO CORRIENTE	1.331	1.369
I. Provisiones a largo plazo	66	—
II. Deudas a largo plazo	—	—
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	405	489
IV. Pasivos por impuesto diferido	—	—
V. Periodificaciones a largo plazo	860	880
C) PASIVO CORRIENTE	7.076	6.380
II. Provisiones a corto plazo	33	—
III. Deudas a corto plazo	3.589	3.432
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	92	96
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.362	2.852
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	186.752	184.933

Cuenta de pérdidas y ganancias correspondientes a los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(en miles de euros)

	2010	2009
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	23.437	21.802
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	265	104
4. Aprovisionamientos	-7.063	-5.802
5. Otros ingresos de explotación	—	—
6. Gastos de personal	-5.892	-5.700
7. Otros gastos de explotación	-2.862	-3.149
8. Amortización del inmovilizado	-2.999	-2.917
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	—	—
10. Excesos de provisiones	—	255
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	—	—
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	—	—
13. Otros resultados	52	13
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	4.938	4.606
14. Ingresos financieros	650	899
15. Gastos financieros	-12	-7
16. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	—	—
17. Diferencias de cambio	-60	-10
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	841	-81
A2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	1.419	801
A3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)	6.357	5.407
19. Impuestos sobre beneficios	-418	-70
A4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3 + 19)	5.939	5.337
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	—	—
20. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	—	—
A5) RESULTADO DEL EJERCICIO (Bº) (A4+20)	5.939	5.337

Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009

A) Estado de ingresos y gastos reconocidos (en miles de euros)

	2010	2009
Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias	5.939	5.337
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto	25	-128
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias	-	-
Total de ingresos y gastos reconocidos	5.964	5.209

B) Estado total de cambios en el patrimonio neto (en miles de euros)

	Capital social	Reservas	Resultados ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio	Otros instrumentos patrimonio neto	TOTAL
SALDO AJUSTADO INICIO AÑO 2009	153.942	17.317	—	7.156	—	178.415
Total ingresos y gastos reconocidos	—	-128	—	5.337	—	5.209
Operaciones con socios o propietarios	—	716	—	-7.156	—	-6.440
- Distribución de dividendos	—	—	—	-6.440	—	-6.440
- Otras operaciones con socios o propietarios	—	716	—	-716	—	—
SALDO FINAL AÑO 2009	153.942	17.905	—	5.337	—	177.184
Ajustes por errores del ejercicio 2009	—	—	—	—	—	—
SALDO AJUSTADO INICIO AÑO 2010	153.942	17.905	—	5.337	—	177.184
Total ingresos y gastos reconocidos	—	—	—	5.939	25	5.964
Operaciones con socios o propietarios	—	534	—	-5.337	—	-4.803
- Distribución de dividendos	—	—	—	-4.803	—	-4.803
- Otras operaciones con socios o propietarios	—	534	—	-534	—	—
SALDO FINAL AÑO 2010	153.942	18.439	—	5.939	25	178.345

Estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(en miles de euros)

	2010	2009
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado del ejercicio antes de impuestos	6.357	5.407
Ajustes del resultado	-2.524	-2.077
Amortización del inmovilizado	2.999	2.917
Variación de provisiones – insolvencias	465	504
Variación de provisiones – inversiones en empresas del grupo y asociadas	-841	81
Dotaciones de provisiones retribuciones a largo plazo	99	-255
Ingresos financieros	-650	-899
Ingresos por dividendos	-4.648	-4.525
Gastos financieros	12	7
Diferencias de cambio	60	10
Otros ingresos	-20	83
Cambios en el capital corriente	-2.374	2.681
Existencias	-31	2
Deudores y otras cuentas a cobrar	-2.458	1.810
Otros activos corrientes	111	405
Acreedores y otras cuentas a pagar	4	536
Otros pasivos corrientes	–	65
Otros activos y pasivos no corrientes	–	-137
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	2.347	6.359
Cobros de dividendos	1.855	4.686
Cobros de intereses	526	1.048
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	–	-1.098
Otros pagos (cobros)	-34	1.723
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	3.806	12.370

	2010	2009
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Pagos por inversiones	-8.177	-17.772
Empresas del grupo y asociadas	-656	-2.270
Inmovilizado intangible	-141	-176
Inmovilizado material	-1.838	-4.255
Inversiones inmobiliarias	-473	-585
Otros activos financieros	-5.069	-1.335
Otros activos	—	-9.151
Cobros por desinversiones	10.413	12.515
Empresas del grupo y asociadas	4.516	7.000
Otros activos financieros	5.897	5.515
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	2.236	-5.257
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-140	6
Cobros de fianzas		106
Devolución y amortización de:	-140	
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-100	-100
Otras deudas	-40	—
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-4.606	-6.406
Dividendos	-4.606	-6.406
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-4.746	-6.400
EFFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO	—	—
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES	1.296	713
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio	8.276	7.563
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	9.572	8.276



Cuentas anuales consolidadas

MERCASA | Informe anual 2010

Informe de auditoría de cuentas anuales consolidadas

1. Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. (la Sociedad dominante o Mercasa) y sociedades dependientes (el Grupo), que comprenden el balance consolidado al 31 de diciembre de 2010, la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado, el estado de flujos de efectivo consolidado y la memoria consolidada correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha. Los administradores de la Sociedad dominante son los responsables de la formulación de las cuentas anuales consolidadas de la Sociedad, de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad (que se identifica en la nota 2 de la memoria adjunta) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales consolidadas en su conjunto, basada en el trabajo realizado. Excepto por las salvedades mencionadas en el párrafo 2, el trabajo se ha realizado de acuerdo con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, que requiere el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales consolidadas y la evaluación de si su presentación, los principios y criterios contables utilizados y las estimaciones realizadas están de acuerdo con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación. Nuestro trabajo no ha incluido el examen de las cuentas anuales del ejercicio 2010 de algunas sociedades del grupo y asociadas, cuyos activos y fondos propios consolidados representan, respectivamente, un 31,61% y un 22,82% de las correspondientes cifras consolidadas. Las mencionadas cuentas anuales han sido examinadas por otros auditores (ver nota 1 de la memoria consolidada adjunta), y nuestra opinión expresada en este informe sobre las cuentas anuales consolidadas de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. y sociedades dependientes se basa, en lo relativo a dichas sociedades, únicamente en los informes de otros auditores.
2. El informe de auditoría emitido por otros auditores sobre las cuentas anuales de Mercados Centrales de Abastecimiento de Sevilla, S.A. (en adelante Mercasevilla) al 31 de diciembre de 2010 incluye las siguientes limitaciones al alcance:
 - a) “Según se detalla en la nota 10.2 de la memoria de la citada sociedad, tras los preceptivos acuerdos de la autoridad laboral, Mercasevilla realizó en los ejercicios 2003 y 2007 sendos expedientes de regulación de empleo. Como resultado de los mismos, y al objeto de cumplir con las obligaciones contraídas, Mercasevilla suscribió sendas pólizas de seguro con una compañía aseguradora, en las cuales se preveía

que las primas a satisfacer serían parcialmente asumidas por la Junta de Andalucía. De acuerdo con el contenido de dichas pólizas, el total previsto a abonar por la Junta de Andalucía por cada uno de los citados expedientes ascendían a 5.630 y 9.047 miles de euros, respectiva y aproximadamente.

Mercasevilla tiene registrado dentro del epígrafe “Provisiones a corto plazo” del balance al 31 de diciembre de 2010 un pasivo equivalente a la prima que, según las pólizas de seguro descritas en el párrafo anterior, se preveía que abonaría la Junta de Andalucía en relación con el segundo de los expedientes, por importe de 9.047 miles de euros, dado que los administradores de Mercasevilla manifiestan no tener constancia de que dicha cantidad haya sido satisfecha a la compañía aseguradora en los vencimientos previstos, motivo por el cual durante el ejercicio 2010 Mercasevilla ha venido satisfaciendo a los distintos extrabajadores afectados los pagos correspondientes a las cantidades que éstos hubieran percibido de la citada compañía aseguradora en el caso de que se hubiera satisfecho la prima. Dichos pagos a los trabajadores han sido documentados como préstamos concedidos a los mismos en espera de la resolución de este asunto. El importe total de los citados préstamos al 31 de diciembre de 2010 asciende a 628 miles de euros (véase nota 8 de la citada memoria).

Durante el transcurso del trabajo no se ha obtenido respuesta a las solicitudes de confirmación de saldos y de otra información remitidas tanto a la compañía aseguradora como a la Dirección General de Empleo de la Junta de Andalucía en relación

con los importes pendientes de pago como consecuencia de las pólizas de seguro suscritas.

- b) Según se indica en las notas 6 y 11 de la memoria de la citada sociedad, Mercasevilla mantiene un pasivo registrado a favor de Sanma Desarrollo Urbanístico, S.A. por importe de 6.181 miles de euros correspondiente a las aportaciones realizadas por ésta en virtud de los diversos contratos suscritos como consecuencia de la adjudicación del derecho de opción de compra sobre los terrenos de su propiedad. En este sentido, durante el transcurso del trabajo no se ha recibido respuesta a la solicitud de confirmación de saldos y operaciones remitida a Sanma Desarrollos Urbanísticos, S.A. en la que se solicitaba información respecto de cualquier importe pendiente de cobro o pasivo, cierto o contingente, que pudieran mantener con Mercasevilla”.

3. En nuestra opinión, basada en nuestra auditoría y en los informes de otros auditores (ver nota 1), excepto por los efectos de aquellos ajustes que podrían haberse considerado necesarios si se hubiera podido verificar la información descrita en los distintos apartados del párrafo 2 anterior, las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2010 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. y sociedades dependientes al 31 de diciembre de 2010, así como de los resultados consolidados de sus operaciones y de sus flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

4. Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención respecto al cumplimiento del párrafo tercero del artículo 111 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales [Reglamento] por parte de algunas sociedades del grupo y asociadas de Mercasa que operan bajo el régimen de empresas mixtas municipales y que no han definido ni en sus estatutos ni en su constitución las condiciones en que se producirá la “amortización del capital privado”. Dada la indefinición e incertidumbre jurídica derivada de la falta de adaptación de lo establecido en el Reglamento, no es posible concluir de un modo objetivo a la fecha actual sobre la recuperación de parte de las inversiones materializadas por Mercasa en dichas sociedades, en concreto si las reservas de consolidación y los resultados consolidados del ejercicio, por importe de 55 millones de euros respectivamente, serán recuperados o incluso si se obtendrán, además de recuperar las reservas consolidadas y los resultados del ejercicio, plusvalías adicionales.
5. El informe de auditoría emitido por los auditores sobre las cuentas anuales de Mercasevilla al 31 de diciembre de 2010 incluye los siguientes párrafos de énfasis:
 - a) “Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención respecto de lo señalado en la nota 6 de la memoria de la citada sociedad, en la que se indica que, con fecha 30 de noviembre de 2005, la Junta General Extraordinaria de Accionistas de Mercasevilla aprobó la convocatoria y el pliego de condiciones económico-jurídico-técnicas para la adjudicación mediante concurso público

abierto de un derecho de opción de compra sobre la totalidad de los terrenos propiedad de Mercasevilla, resolviéndose el citado concurso público a favor de Sanma Desarrollos Urbanísticos, S.A. según decisión de la Comisión Ejecutiva de fecha 15 de febrero de 2006, suscribiéndose con fecha 23 de febrero de 2006 el correspondiente contrato de opción de compra. Según se indica en la nota 10.3 de la citada memoria, este proceso de adjudicación está siendo objeto de revisión por las autoridades judiciales, sin que resulte posible concluir de un modo objetivo sobre las consecuencias que, en su caso, pudieran derivarse para Mercasevilla de la resolución definitiva de dicho proceso judicial.

- b) Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención respecto de lo señalado en la nota 9 de la memoria de la citada sociedad, en la que se indica que Mercasevilla ha venido incurriendo en pérdidas de explotación de importe significativo durante los últimos ejercicios, mateniendo asimismo un fondo de maniobra negativo. Los administradores de Mercasevilla tienen previsto proponer a la Junta General de Accionistas la puesta en marcha de un plan de mejora de resultados al objeto de reequilibrar la situación económica.

Estas condiciones podrían ser indicativas de la existencia de una incertidumbre significativa sobre la capacidad de Mercasevilla para continuar con sus operaciones, la cual dependerá de:

- que Mercasevilla obtenga los recursos que pudieran resultar necesarios para hacer frente a sus pasivos, así como para poder afrontar aquellos

pasivos que pudieran surgir, si los hubiere, de la resolución final de los procesos judiciales en curso, y

– que se defina e implante un plan de mejora de resultados que permita la autofinanciación de Mercasevilla, la obtención de beneficios y la recuperación de sus activos, entre los cuales se incluye el crédito fiscal registrado a 31 de diciembre de 2010 por importe de, aproximadamente, 4,6 millones de euros”

6. El informe de auditoría emitido por otros auditores sobre las cuentas anuales de Mercados Centrales de Abastecimiento de Madrid, S.A. (en adelante Mercamadrid) al 31 de diciembre de 2010 incluye el siguiente párrafo de énfasis:

“Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención respecto de lo señalado en la nota 6.a) de la memoria de la citada sociedad, en la que se indica que el contexto “Proyecto de Ampliación de Mercamadrid” o “Mercamadrid Tecnológico”, actualmente en curso a 31 de diciembre de 2010, se encuentra abierto el proceso de fijación de justiprecio respecto del suelo expropiado, en tanto que Mercamadrid y algunos de los expropiados han planteado recursos ante la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid contra la resolución del Jurado Territorial de Expropiación. Como se indica en la nota 17.b) de la citada memoria, Mercamadrid ha desembolsado el 100% del precio fijado por el Jurado Territorial de Expropiación. A la fecha de emisión de este informe no es posible deter-

minar objetivamente el impacto que puedan tener en las cuentas anuales de Mercamadrid a 31 de diciembre de 2010 los términos en los que finalmente los tribunales resuelvan los litigios en curso tal y como se ha mencionado en la nota 2.d) de la citada memoria”.

7. El informe de gestión consolidado adjunto en el ejercicio 2010 contiene las explicaciones que los administradores de la Sociedad dominante consideran oportunas sobre la situación del Grupo, la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2010. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión consolidado con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de Empresa Nacional Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. y sociedades dependientes.



PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

Gabriel López
Socio – Auditor de Cuentas

29 de abril de 2011

Balance consolidado al 31 de diciembre de 2010 y 2009 (en miles de euros)

Activo

	2010	2009
A) ACTIVO NO CORRIENTE	290.261	281.006
I. Inmovilizado intangible	940	971
II. Inmovilizado material	49.452	50.876
III. Inversiones inmobiliarias	75.868	74.378
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	162.285	153.477
V. Inversiones financieras a largo plazo	626	986
VI. Activos por impuesto diferido	1.040	280
VII. Deudores comerciales no corrientes	50	38
B) ACTIVO CORRIENTE	43.406	41.352
II. Existencias	47	16
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	7.061	4.974
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	11.274	11.408
V. Inversiones financieras a corto plazo	14.028	14.914
VI. Periodificaciones a corto plazo	29	91
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	10.967	9.949
TOTAL ACTIVO (A + B)	333.667	322.358

Patrimonio neto y pasivo

	2010	2009
A) PATRIMONIO NETO	316.880	306.588
A1) Fondos propios	295.459	285.367
I. Capital	153.942	153.942
III. Reservas	42.978	42.354
IV. Reservas Sociedad consolidadas por integracion global	-2.111	-2.816
V. Reservas Sociedad consolidadas puestas en equivalencia	88.405	83.198
VII. Resultado del ejercicio sociedad dominante	12.245	8.689
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	—	—
A2) Ajustes por cambios de valor	25	—
A3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. Consolidación	10.259	10.285
A4) Socios externos	11.137	10.936
B) PASIVO NO CORRIENTE	4.863	4.849
I. Provisiones a largo plazo	66	—
II. Deudas a largo plazo	—	—
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	405	489
IV. Pasivos por impuesto diferido	2.780	2.676
V. Periodificaciones a largo plazo	1.612	1.684
C) PASIVO CORRIENTE	11.924	10.921
II. Provisiones a corto plazo	39	4
III. Deudas a corto plazo	6.668	6.509
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	92	97
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	5.077	4.263
VI. Periodificaciones a corto plazo	48	48
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	333.667	322.358

Cuenta de resultados consolidada

(en miles de euros)

	2010	2009
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	29.449	27.925
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	—	104
4. Aprovisionamientos	-7.757	-6.762
5. Otros ingresos de explotación	425	607
6. Gastos de personal	-8.963	-8.695
7. Otros gastos de explotación	-6.483	-6.829
8. Amortización del inmovilizado	-4.875	-4.751
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	112	109
10. Excesos de provisiones	7	255
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	3	-14
12. Deterioro o resultado por enajenaciones de participaciones consolidadas	—	—
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	1.918	1.949
13. Ingresos financieros	729	1.001
14. Gastos financieros	-13	-45
15. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	—	—
16. Diferencias de cambio	-61	-10
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-2	—
A2) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)	653	946
18. Otras partidas de grupos consolidados (Rtdo. Sociedades puestas en equivalencia)	10.088	6.736
A3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2+18)	12.659	9.631
21. Impuestos sobre beneficios	5	-495
A4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3+21)	12.664	9.136
A5). RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A4+22)	12.664	9.136
Resultado atribuido a la sociedad dominante	12.245	8.689
Resultado atribuido a socios externos	-419	-447

A) Estado de ingresos y gastos consolidados reconocidos correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(en miles de euros)

	2010	2009
A) RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	12.664	9.136
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto		
I. Por valoración instrumentos financieros	—	—
1. Activos financieros disponibles para la venta	—	—
2. Otros ingresos / gastos	—	—
II. Por coberturas de flujos de efectivo	—	—
III. Subvenciones, donaciones y legados recibidos	199	668
IV. Por ganancias y pérdidas actuariales y otros ajustes	—	—
V. Diferencias de conversión	—	—
VI. Efecto impositivo	259	-184
B) TOTAL INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO (I+II+III+IV+V+VI)	458	484
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	-626	-722
X. Diferencia de conversión	—	—
XI. Efecto impositivo	142	177
C) TOTAL TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA (VI+VII+VIII+IX+X+XI)	-484	-545
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS (A+B+C)	12.638	9.075
Total ingresos y gastos atribuidos a la sociedad dominante	12.219	8.628
Total ingresos y gastos atribuidos a socios externos	419	447

B) Estado total de cambios en el patrimonio neto consolidado correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(en miles de euros)

	Capital		Reservas y resultado ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	Reservas sociedades consolidadas	Subvenciones donaciones y legados recibidos	Socios externos (Nota 13)	Ajustes por cambio de valor	TOTAL
	Escriturado	Resto							
Al 31 de diciembre de 2008	153.942	–	40.009	14.485	81.131	10.346	10.716	–	310.629
Ajuste por errores ejercicios anteriores	–	–	–	–	-5.640	–	–	–	-5.640
Al 1 de enero de 2009	153.942	–	40.009	14.485	75.491	10.346	10.716	–	304.989
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos	–	–	–	8.689	–	-61	447	–	9.075
II. Operaciones con socios o propietarios	–	–	716	-7.156	–	–	-205	–	-6.645
1. Aumentos (reducciones) de capital	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3. Distribución de dividendos	–	–	–	–	–	–	–	–	–
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos	–	–	716	-7.156	–	–	-205	–	-6.645
III. Otras variaciones del patrimonio neto	–	–	1.629	-7.329	4.891	–	-22	–	-831
Al 31 de diciembre de 2009	153.942	–	42.354	8.689	80.382	10.285	10.936	–	306.588
Ajuste por errores ejercicios anteriores	–	–	–	–	2.610	–	–	–	2.610
Al 1 de enero de 2010	153.942	–	42.354	8.689	82.992	10.285	10.936	–	309.198
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos	–	–	–	12.245	–	-26	419	–	12.638
II. Operaciones con socios o propietarios	–	–	534	-5.337	–	–	-212	–	-5.015
1. Aumentos (reducciones) de capital	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3. Distribución de dividendos	–	–	–	–	–	–	–	–	–
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos	–	–	534	-5.337	–	–	-212	–	-5.015
III. Otras variaciones del patrimonio neto	–	–	90	-3.352	3.302	–	-6	25	59
Al 31 de diciembre de 2010	153.942	–	42.978	12.245	86.294	10.259	11.137	25	316.880

Estado de flujos de efectivo consolidado correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010 y 2009 (en miles de euros)

	2010	2009
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	6.360	13.964
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos	12.658	9.630
2. Ajustes del resultado	-5.137	-2.483
a) Amortización del inmovilizado (+)	4.875	4.751
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-)	823	819
c) Variación de provisiones (+/-)	94	-255
d) Imputación de subvenciones (-)	-112	-109
e) Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	-3	2
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)	-	-
g) Ingresos financieros (+/-)	-729	-1.001
h) Gastos financieros (+)	13	45
i) Diferencias de cambio (+/-)	61	10
j) Variación de valor razonable de instrumentos financieros (+/-)	-	-
k) Otros ingresos y gastos (-/+)	-71	-9
l) Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia – neto de dividendos (+/-)	-10.088	-6.736
3. Cambios en el capital corriente	-3.028	2.028
a) Existencias (+/-)	-31	1
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)	-2.737	2.026
c) Otros activos corrientes (+/-)	124	356
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)	-384	454
e) Otros pasivos corrientes (+/-)	-12	-687
f) Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)	12	-122
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	1.867	4.789
a) Pagos de intereses (-)	-1	-43
b) Cobros de dividendos (+)	1.414	4.261
c) Cobros de intereses (+)	561	1.090
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)	-94	-995
e) Otros pagos (cobros) (-/+)	-13	476
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1+/-2+/-3+/-4)	6.360	13.964

	2010	2009
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-535	-5.614
6. Pagos de inversiones [-]	-12.006	-18.807
a) Empresas del grupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-70	-1.694
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	-656	-600
d) Inmovilizado intangible	-147	-199
e) Inmovilizado material	-2.179	-5.047
f) Inversiones inmobiliarias	-2.169	-585
g) Otros activos financieros	-6.785	-10.682
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
i) Adquisición de participaciones de socios externos	-	-
j) Otros activos	-	-
7. Cobros por desinversiones [+]	11.471	13.193
a) Empresas del grupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	3.039	7.679
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	-	-
c) Empresas asociadas	296	-
d) Inmovilizado intangible	-	-
e) Inmovilizado material	3	-
f) Inversiones inmobiliarias	-	-
g) Otros activos financieros	8.133	5.514
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]	-535	-5.614

	2010	2009
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-4.807	-7.816
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio	—	—
a) Emisión de instrumentos de patrimonio (+)	—	—
b) Amortización de instrumentos de patrimonio (-)	—	—
c) Adquisición de instrumentos de patrimonio propio (-)	—	—
d) Enajenación de instrumentos de patrimonio propio (+)	—	—
e) Subvenciones, donaciones y legados recibidos (+)	—	—
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	-140	-1.354
a) Emisión:	—	109
1. Obligaciones y otros valores negociables (+)	—	—
2. Deudas con entidades de crédito (+)	—	—
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+)	—	3
4. Otras deudas (+)	—	106
b) Devolución y amortización de:	-140	-1.463
1. Obligaciones y otros valores negociables (-)	—	—
2. Deudas con entidades de crédito (-)	—	-1.363
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-)	-99	-100
4. Otras deudas (-)	-41	—
11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-4.667	-6.462
a) Dividendos (-)	-4.667	-6.462
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-)	—	—
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9+/-10-11)	-4.807	-7.816
D) EFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO	—	—
E) AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5+/-8+/-12+/-D)	1.018	534
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	9.949	9.415
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	10.967	9.949

Consejo de Administración.
Capital social.
Organigrama.
Cuadro de las empresas del Grupo

MERCASA | Informe anual 2010

Consejo de Administración de Mercasa

Presidente Ejecutivo	Ignacio Cruz Roche
Vicepresidenta 1ª	Isabel Bombal Díaz
Vicepresidente 2º	Ángel Allué Buiza
Vocales	Fernando Miranda Sotillos
	José Antonio Rocha Bravo
	Manuel Garayo de Orbe
	José Mª Sanchidrián Fernández
	Teodoro Conde Minaya
	Carmen Timermans Palma
	Gustavo Medina Izquierdo
	José de Guadalfajara Cembrano
	José Miguel Herrero Velasco
	Isabel Hernández Encinas
Secretaria y letrada asesora	Purificación Esteso Ruiz
	María Jesús Prieto Jiménez

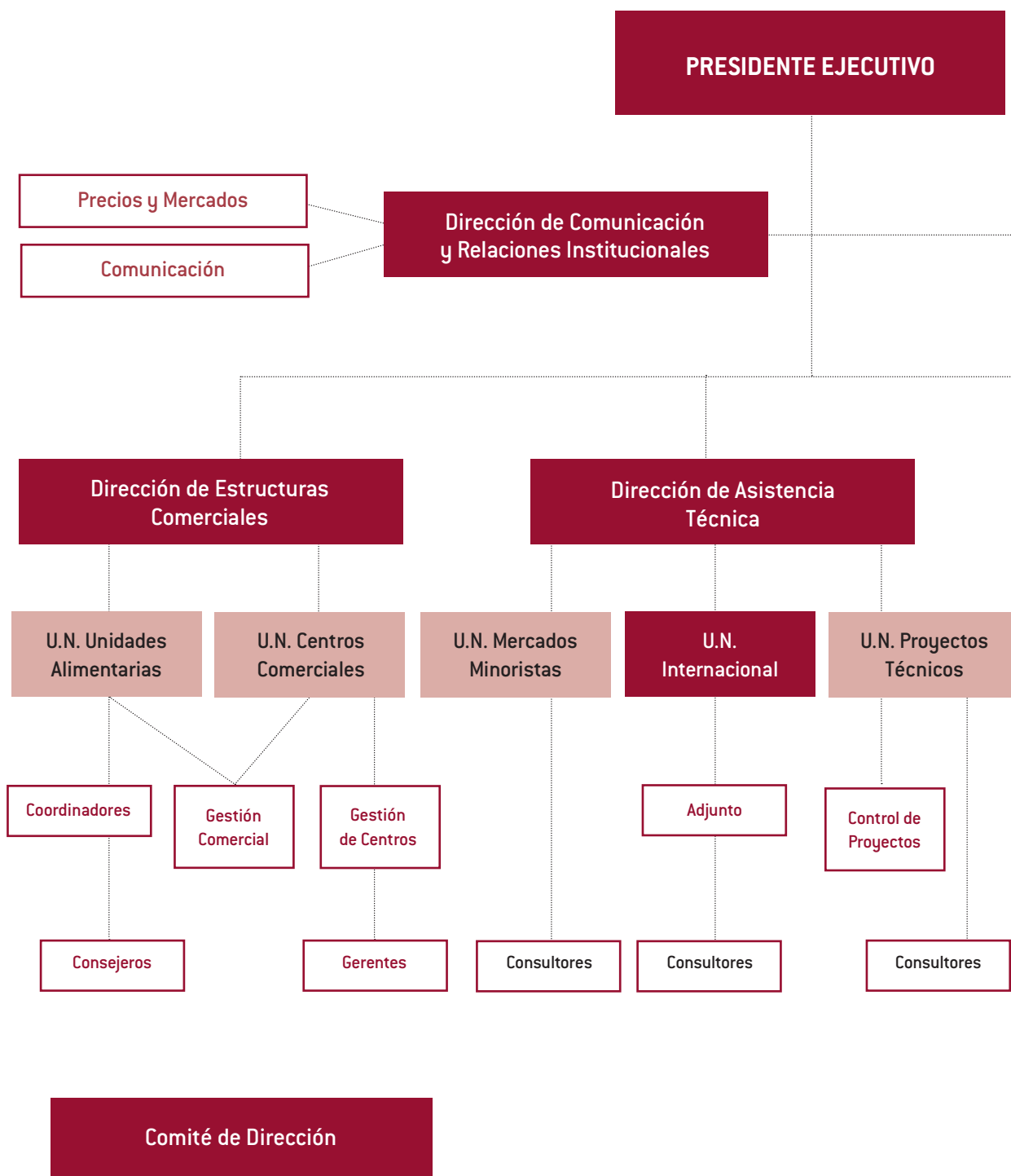
Capital social de Mercasa

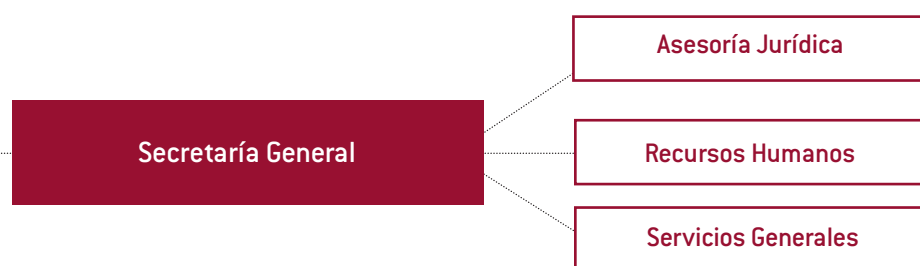
a 31 de diciembre de 2010

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 Medio Ambiente y Medio Rural y Marino	12.550.979	49
TOTAL	25.614.244	100

Organigrama de Mercasa





Grupo Mercasa

Red de Mercas



Otras sociedades



Composición del Grupo Mercasa a 31 de diciembre de 2010.

Los porcentajes reflejan la participación de Mercasa en cada sociedad.



Recursos humanos

MERCASA | Informe anual 2010

Recursos humanos

La gestión de recursos humanos de Mercasa se ha caracterizado en los últimos años por un constante incremento de la plantilla, con un rejuvenecimiento importante, un aumento también significativo del número de mujeres y un crecimiento de la productividad. Todo ello acompañado de un mayor esfuerzo en formación y de un objetivo permanente de mejorar en los criterios de responsabilidad social, favorecer la igualdad y facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral.

La plantilla de Mercasa estaba compuesta al cierre de 2010 por 94 personas, un 8% más que el año anterior, un 14,6% más que en 2008 y un 20% más que en 2007. Una tendencia que se justifica por una mayor actividad en el conjunto de áreas de la empresa, pero especialmente en Asistencia Técnica nacional e internacional.

A finales de 2010, el 55% de la plantilla son mujeres, frente al 52% del año anterior; mientras que la edad media ha bajado a 46 años, con un efecto también significativo sobre la antigüedad media de la plantilla, que está en torno a 17 años frente a los 20 años de ejercicios anteriores, con un 30% de la plantilla en una antigüedad inferior a 5 años.

Este proceso ha coincidido, además, con un refuerzo de la preparación académica de la plantilla, que incluye un 47% de titulados superiores y un 12% de titulados medios.

En cuanto a la productividad medida a través de la cifra de negocios por empleado, cabe resaltar que en 2010 fue de 267.928,76 euros, frente a los 255.053,81 euros de 2009, manteniendo así una tendencia al alza desde 2004.

Formación

Mercasa viene realizando en los últimos ejercicios un esfuerzo especial en materia de formación de personal, mediante la elaboración de planes anuales, ajustados a las necesidades de los puestos de trabajo en las distintas áreas de la empresa, para conseguir la mejor cualificación y adaptación a las nuevas técnicas para el mejoramiento de la gestión. Unos planes de formación en los que en 2010 participó el 65% de la plantilla.

Se realizan acciones de formación interna y externa, incorporando la formación a cargo de personal de Mercasa en áreas de su responsabilidad y estancias formativas en otras empresas del grupo Mercasa.

Así, en ejecución del Plan de Formación 2010 se han desarrollado las siguientes acciones formativas:

- Aprendizaje/Desarrollo del nivel de inglés.
- Aprendizaje/Desarrollo del nivel de portugués.
- Desarrollo de los conocimientos informáticos: Excel avanzado.

- Aprendizaje de la gestión de la nueva web de Mercasa.
- Aprendizaje del programa de presupuestos y mediciones Presto.
- Desarrollo de la utilización del programa Autocad.
- Gestión integral del Punto de Venta.
- Contratación internacional.
- Programa de desarrollo profesional para mujeres.
- Contratación y tramitación de expedientes.
- Estancias formativas en Unidades Alimentarias.

Además, Mercasa ha subvencionado la realización de diferentes máster a los trabajadores que, a petición propia, lo han considerado necesario o útil para su trabajo. Los máster que se han cursado o se están cursando son los siguientes:

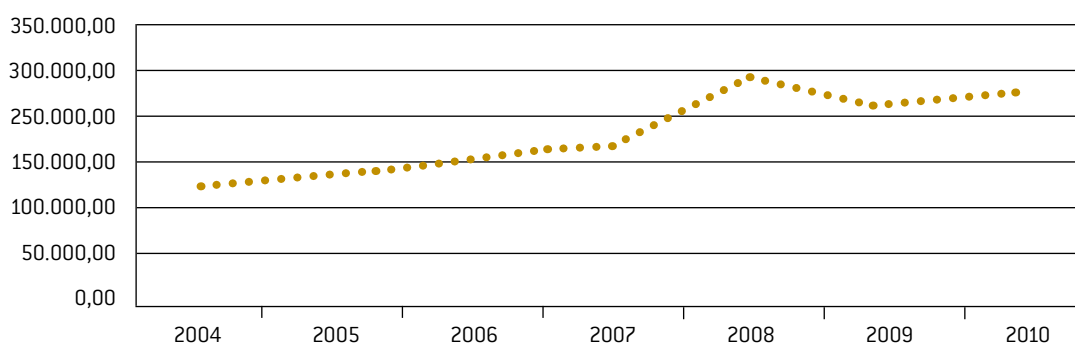
- Máster en Dirección de Empresas de Distribución Comercial.
- MBA en Dirección de Empresas del sector de la construcción e infraestructuras.
- Senior Management Program.
- Grado en Ingeniería de la Edificación.

Ratio de productividad

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
(a) Cifra de negocios (miles euros)	13.730	14.195	14.916	16.228	23.156	21.802	23.918
(b) Plantilla media	90,02	88,61	82,79	79,83	79,65	85,48	89,27
(a)/(b) Productividad (euros)	152.521,66	160.196,37	180.166,69	203.281,97	290.721,91	255.053,81	267.928,76

Productividad (euros)

(cifra de negocios/empleado)





Directorio

MERCASA | Informe anual 2010

Grupo Mercasa

Red de Mercas

Mercalgeciras

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

Mercalicante

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

Mercasturias

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

Mercabadajoz

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

Mercabarna

C/ Major, 76, Centro Directivo 5ª planta
08040 Barcelona
Tel.: 935 563 000. Fax: 933 352 940
mb@mercabarna.es
www.mercabarna.es

Mercabilbao

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

Mercacórdoba

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

Mercagalicia

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

Mercagranada

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

Mercairuña

Polígono Soto de Aizoaín, 31013 Pamplona
Tel.: 948 303 614. Fax: 948 303 634
mercairuna@retemail.es
www.mercairuna.es

Mercajerez

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

Mercalaspalmas

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

Mercaleón

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

Mercamadrid

Centro administrativo, Avenida de Madrid, s/n
28053 Madrid
Tel.: 917 850 000. Fax: 917 860 090
mercamadrid@mercamadrid.es
www.mercamadrid.es

Mercamálaga

Avenida de José Ortega y Gasset, 553
29196 Málaga
Tel.: 952 179 363. Fax: 952 179 010
mercamalaga@mercamalaga.es
www.mercamalaga.es

Mercamurcia

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

Mercapalma

Cardenal Rosell, 182, Coll d'en Rebassa
07007 Palma de Mallorca
Tel.: 971 745 140. Fax: 971 492 905
mercapalma@mercapalma.es
www.mercapalma.es

Mercasalamanca

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

Mercasantander

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

Mercasevilla

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

Mercatenerife

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

Mercavalencia

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

Mercazaragoza

Camino de Cogullada, 65, 50014 Zaragoza
Tel.: 976 464 180. Fax: 976 464 181
mz@mercazaragoza.es
www.mercazaragoza.es

Grupo Mercasa

Red de Centros Comerciales de Mercasa

Arrecife

Avenida Medular, s/n
35500 Arrecife (Lanzarote)
Tel.: 928 815 260. Fax: 928 800 842
ccarrecife@mercasa.es

Centro Comercial La Plaza

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

El Centre de La Vila

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

Centro Comercial Opción

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

Getafe-3

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

La Asunción

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

La Máquina

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

Los Cipreses

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

La Plaza de Leganés

Plaza de la Comunidad de Madrid, 2
28912 Leganés (Madrid)
Tel.: 913 500 609. Fax: 913 505 939
cccentroscomerciales@mercasa.es

S´Escorxador

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

Vicálvaro

C/ San Cipriano, s/n
28032 Madrid
Tel.: 913 718 812. Fax: 913 718 812
ccvicalvaro@mercasa.es