Carta del Presidente



Las empresas con una larga trayectoria y experiencia consolidada en su ámbito de actuación requieren de un esfuerzo añadido de innovación. Son necesarias iniciativas de futuro que abran nuevas vías de actividad y de negocio. Una máxima general, recomendable para cualquier empresa, que cobra importancia especial cuando se trata, como ocurre en Mercasa, de compañías cuyo objeto social es la prestación de un servicio público.

En Mercasa tenemos la obligación de gestionar con eficiencia nuestros activos y nuestros proyectos, prestando servicio público de calidad a la cadena alimentaria en su conjunto y obteniendo una lógica rentabilidad empresarial.

Pero, en Mercasa y en nuestras sociedades participadas de la Red de Mercas, también debemos impulsar la actividad de los miles de empresas especializadas en el comercio mayorista y minorista de alimentación fresca que operan en nuestras instalaciones. En definitiva, tenemos la necesidad de innovar, porque solo de esta forma tendremos futuro.

Convencidos de que la innovación es nuestro reto prioritario, toda la estrategia de Mercasa pasa por este objetivo. En el caso de la Red de Mercas, con proyectos nuevos que impulsen la actividad comercial, tanto incrementando y diversificando la oferta mayorista como incorporando nuevos clientes potenciales que han dejado de serlo en los últimos años o que no lo han sido nunca.

Nos hemos fijado como prioridad apoyar a las empresas mayoristas en cuanto a la comercialización de productos, abriendo canales de comercio electrónico y una línea innovadora de nuevos formatos de comercio de proximidad. Uno de productos frescos y otro de productos con denominación de origen, que esperamos que en un tiempo razonable entren en funcionamiento bajo un sistema de franquicias.

En la gestión de centros comerciales de proximidad y equipamientos minoristas, Mercasa está contribuyendo a reinventar formatos más tradicionales, como los mercados minoristas, con mezclas comerciales novedosas, que reúnen venta detallista de alimentación con degustación y restauración, junto a servicios de todo tipo.

Y en el ámbito internacional, Mercasa pone todo el esfuerzo posible en exportar la tecnología comercial desarrollada en España, tanto por sí misma como a través del consorcio Mercasa-Incatema. La promoción comercial realizada en 2012 y los primeros meses de 2013 empieza a dar resultados, con nuevos proyectos en América Latina, Rusia y África, que se añaden a los trabajos en marcha en Angola, República Dominicana, Panamá, Costa Rica, Uruguay, etc.

La experiencia española acumulada por Mercasa es un activo internacional muy valioso, reconocido en todo el mundo, que contribuye a reforzar la marca España y a abrir oportunidades de negocio a otras empresas, tanto en el desarrollo de los proyectos –desde su diseño a la entrega llave en mano– como en la comercialización de alimentos y bebidas españoles en el exterior.

Y, por último, cabe destacar la participación creciente de Mercasa en las actividades institucionales de promoción alimentaria y de análisis de consumo y actividades de todo tipo en la cadena alimentaria. Un trabajo que Mercasa realiza siempre en colaboración con las Administraciones competentes y que viene a reforzar la vocación de servicio público de la empresa a la cadena alimentaria.

Todos los esfuerzos que el equipo directivo y los trabajadores de la empresa realizan para alcanzar estos objetivos tienen un reflejo evidente en este *Informe Anual* 2012. Los resultados obtenidos en los indicadores de actividad y en los balances económicos y financieros así lo demuestran.

Podemos, por tanto, estar razonablemente satisfechos, pero nunca resignados y conformes con lo que ya tenemos. Porque el futuro de nuestra empresa, como el de nuestra sociedad en su conjunto, depende ante todo de la ilusión y empeño individual de cada uno en innovar, en mejorar, en progresar hacia el futuro.

Eduardo Ameijide y Montenegro
Presidente de Mercasa
Junio de 2013



MERCASA

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Compromiso con la trazabilidad, la seguridad alimentaria y el consumo responsable

Compromiso

con la calidad, la innovación y el medio ambiente



Compromiso

con las personas, y con el desafío de construir una **cultura** de gestión responsable



Compromiso permanente de responsabilidad social corporativa

Mercasa presta servicio público al conjunto de la cadena alimentaria, de manera especial en el escalón mayorista de alimentación fresca, a través de la Red de Mercas; pero también de cara a la producción agraria y pesquera, facilitando la comercialización mayorista procedente de origen; al comercio minorista en todos sus formatos, a la hostelería independiente u organizada, y a las empresas de restauración social.

Mercasa desarrolla estas funciones básicas en España y, además, tiene también una creciente proyección internacional en estos mismos ámbitos de actuación, especialmente en los países que abordan la modernización de su cadena alimentaria y sus estructuras comerciales.

Mercasa, por tanto, contribuye al progreso económico y social, y al bienestar de las personas, porque las funciones de servicio público que tiene encomendadas son determinantes para la existencia de mercados alimentarios transparentes, eficientes y seguros.

Las actuaciones de Mercasa son determinantes para una correcta trazabilidad de los alimentos frescos y, por tanto, de la seguridad alimentaria hasta llegar al consumo; además de impulsar una cultura alimentaria basada en hábitos saludables y respetuosos con las pautas básicas de la dieta mediterránea.

Asimismo, Mercasa garantiza a los consumidores el seguimiento y la información sobre los precios de los alimentos frescos, la defensa de la libre competencia y la transparencia de los mercados, la mejora de la racionalidad y eficiencia de las infraestructuras y procesos vinculados al aprovisionamiento y distribución de los alimentos, así como la defensa y apoyo de un modelo de distribución de productos de alimentación de proximidad, integrado en las ciudades y que permita una oferta diversificada de los distintos formatos comerciales.



Mercasa ha contribuido y contribuye a la modernización permanente del sistema de distribución de los alimentos frescos y, junto a las instituciones y poderes públicos en los distintos ámbitos territoriales, las empresas mayoristas y el conjunto de los actores que participan en los mercados mayoristas de alimentos perecederos, se han desarrollado unas estructuras comerciales que son referencia en el mundo y sitúan a España en una posición de vanguardia para hacer frente con éxito a los nuevos retos y desafíos del futuro.

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

En los diferentes capítulos de este *Informe Anual* se recoge información destacada sobre cada ámbito de gestión y actividad de Mercasa, pero siempre bajo un enfoque común: el firme compromiso de la empresa con la responsabilidad social de todas sus actuaciones.

Compromiso con la trazabilidad, la seguridad alimentaria y el consumo responsable

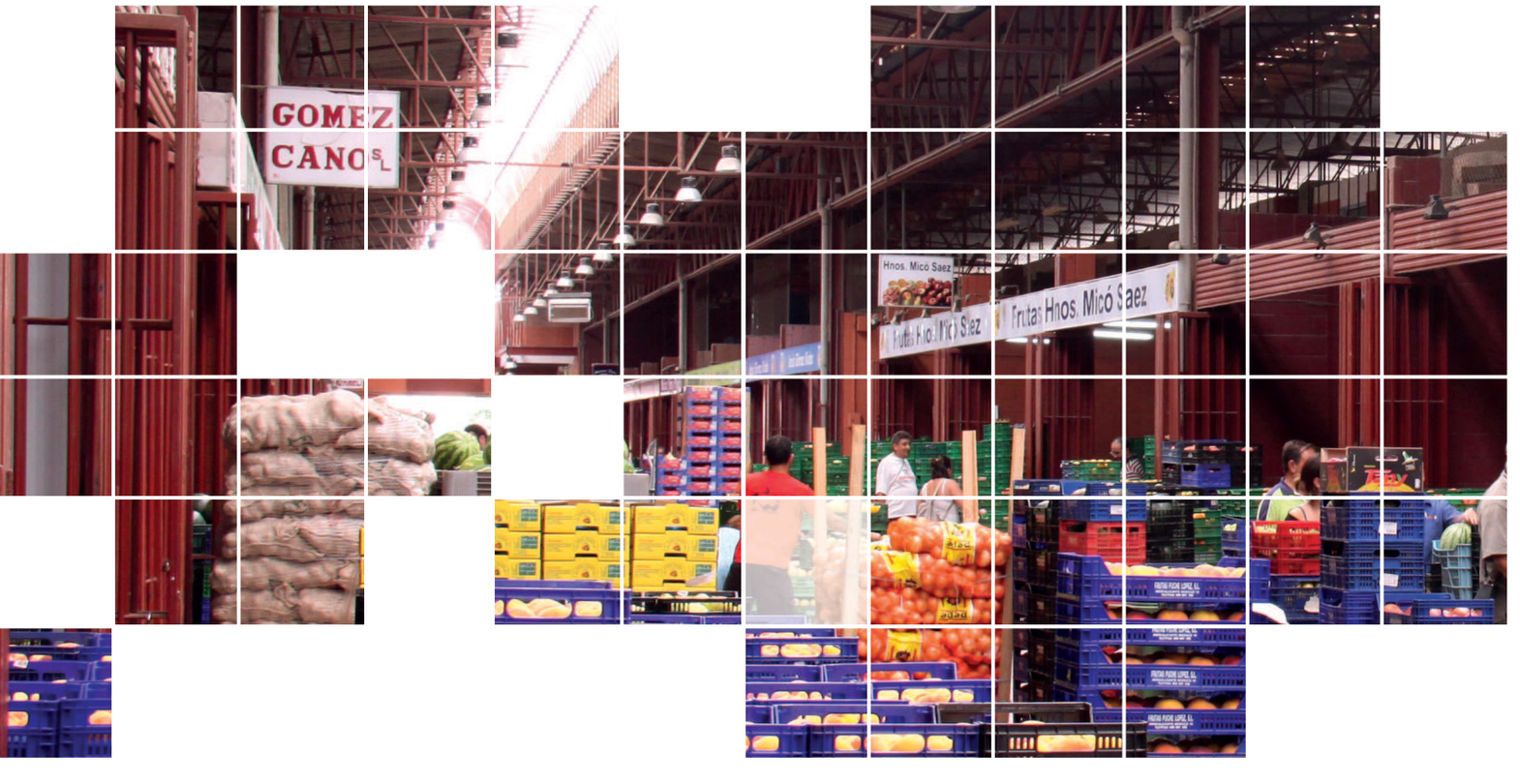
Nos comprometemos a impulsar el diálogo, la confianza y el trabajo en común de las instituciones y poderes públicos, las empresas y los distintos actores que participan en la cadena alimentaria, para poder responder con eficacia a las necesidades y expectativas de los ciudadanos y mejorar la calidad de nuestro trabajo y la eficiencia del sistema de distribución de alimentos frescos, con objetivos de progreso del sistema de trazabilidad y de la seguridad alimentaria.

Mercasa realiza los esfuerzos que permitan impulsar el debate público y la adopción de políticas y medidas que favorezcan la educación alimentaria, hábitos saludables y un consumo más responsable.

Compromiso con el buen gobierno, la transparencia y la rendición de cuentas

Las decisiones de Mercasa persiguen siempre la satisfacción de los intereses generales de los ciudadanos y se fundamenta en consideraciones objetivas orientadas hacia el interés común.

Mercasa mantiene el compromiso de informar con la máxima transparencia y objetividad, así como a rendir cuentas públicamente con regularidad sobre los progresos alcanzados en sus principales ejes de actuación y especialmente en los relacionados con las políticas y prácticas de buen gobierno, así como las informaciones relativas a las distintas dimensiones de nuestra responsabilidad en los ámbitos económico, social y medioambiental.



Compromiso con la calidad, la innovación y el medio ambiente

Mercasa gestiona con la máxima eficiencia los recursos naturales y los residuos generados por las actividades empresariales, estableciendo las medidas organizativas, los medios humanos y técnicos y los recursos necesarios para minimizar el impacto sobre el entorno natural de las actividades realizadas en nuestros centros y en el conjunto de la Red de Mercas.

Conscientes de nuestras responsabilidades y con el objetivo de alcanzar los mejores resultados en la gestión de los recursos naturales, la energía y el medio ambiente, se utilizan los estándares más exigentes de gestión de la calidad y del medio ambiente.

Compromiso con las personas y con el desafío de construir una cultura de gestión responsable

La gestión de Mercasa está orientada para ser el mejor lugar para trabajar y garantizar las mejores oportunidades para el desarrollo profesional y personal, con el máximo respeto a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres. Un entorno de trabajo que garantiza el respeto a la diversidad, la igualdad de oportunidades y la no discriminación, un trato justo e imparcial a todas las personas favoreciendo su autonomía, la mejora de sus capacidades y competencias, y los más altos estándares de salud y seguridad en el trabajo.

Mercasa respeta el principio de igualdad plena entre mujeres y hombres, y las condiciones más adecuadas de conciliación entre la vida personal y profesional de todas las personas que trabajan en la empresa; además de favorecer la máxima participación en la empresa y la responsabilidad compartida de todos en el cumplimiento de objetivos.

Mercasa actúa en el marco de sus actividades y compromisos internacionales, sobre todo en los países en vías de desarrollo, con el mayor respeto a los derechos humanos y a las normas laborales internacionales, así como con la máxima exigencia sobre la protección del medio ambiente.





MERCASA

RED DE MERCAS

La **actividad comercial** en la Red de Mercas alcanzó en 2012 un valor próximo a los **10.000** millones de euros, correspondientes a casi **6** millones de toneladas de alimentos perecederos

La **media diaria** de afluencia de **compradores** es de unas **75.000** personas



Las **ventas globales** de **productos pesqueros** ascendieron hasta casi **700.000** toneladas

El **volumen de empleo** se estima en unos **27.000** trabajadores entre el personal de Mercas y el de las empresas mayoristas y de servicios ubicados en sus instalaciones





Acciones estratégicas de Mercasa para reforzar la Red de Mercas

El trabajo que realiza Mercasa para consolidar y reforzar el servicio público que presta la Red de Mercas, así como el desarrollo de su función de socio tecnológico en el conjunto de Mercas, sigue siendo un objetivo estratégico y prioritario para Mercasa.

Entre estas actuaciones estratégicas cabe destacar en 2012 las relativas a la eliminación del límite temporal de los Mercas, las iniciativas de apoyo a la gestión y las orientadas a la optimización de costes, que se suman a las múltiples mejoras y ampliaciones de instalaciones y servicios realizadas en el conjunto de Mercas.

Actuaciones relativas a la eliminación del límite temporal de los Mercas

En el ejercicio 2012 tuvo lugar la salida de accionistas privados del capital social de Mercamálaga y Mercapalma, que han pasado a ser sociedades de capital de titularidad íntegramente pública.

Asimismo, al finalizar 2012, el Ayuntamiento de Salamanca, mediante decisión de su pleno municipal, había adoptado el acuerdo de modificación de la modalidad de gestión del servicio, pasando Mercasalamanca a desarrollarlo bajo la forma de gestión directa. La sociedad procederá a adaptar sus estatutos sociales a la nueva situación, estableciendo para la misma una duración indefinida.

En Mercajerez y Mercamurcia, que ya contaban con capital íntegramente público, se ha iniciado ya el proceso para el cambio de forma de gestión.

Con ello, a finales de 2012 contaban ya con capital íntegramente público 16 Mercas: Mercalgeciras, Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagalicia, Mercagranada, Mercairuña, Mercajerez, Mercaleón, Mercamálaga, Mercamurcia, Mercapalma, Mercasalamanca y Mercazaragoza.

Asimismo, 8 Mercas disponen ya de duración indefinida: Mercasturias, Mercabadajoz, Mercabarna, Mercabilbao, Mercacórdoba, Mercagranada, Mercasalamanca y Mercatenerife.

Actuaciones relativas al apoyo en la gestión

Entre las propuestas estratégicas desarrolladas por Mercasa a lo largo del ejercicio 2012 figura la consolidación de la apuesta por la excelencia en la gestión en los Mercas. En esta materia se ha venido avanzando en la formación de los directores en la metodología EFQM, a través de dos seminarios presenciales, la consultoría online y la ratificación del grupo Mercaexcelencia.

Los Mercas que se han adherido a este proyecto han venido avanzando, siguiendo la metodología indicada, en la definición de sus planes estratégicos en los que se desarrollan las líneas de visión con atención especial a la mejora continua.

Aspecto importante en la coyuntura actual es el apoyo que Mercasa está prestando para la comercialización de espacios disponibles en las distintas Unidades Alimentarias.

Dentro de la permanente estrecha colaboración de Mercasa con los equipos directivos de los Mercas, cabe destacar en 2012 la especial implicación en la gestión de Mercasalamanca y Mercasevilla, cuya situación económica y financiera ha reque-

rido la elaboración de exigentes planes de viabilidad.

Actuaciones relativas a la optimización de costes

Desde Mercasa se siguen impulsando acciones encaminadas a mejorar las sinergias de red, aprovechando las economías de escala que se derivan de la misma, con el consiguiente ahorro de costes y su favorable incidencia en las cuentas de resultados.

En esta línea, Mercasa ha dado continuidad al proyecto de seguridad corporativa en la Red de Mercas en su papel de operador crítico para el conjunto de Mercas en tanto que infraestructuras críticas estratégicas o complementarias, en función de lo establecido en la Ley 8/2011, de 28 de abril, y el RD 704/2011, que establecen medidas para la protección de infraestructuras críticas.

Mercasa ha venido impulsando acciones dirigidas al aprovechamiento de las ventajas que se derivan de la contratación conjunta de servicios y suministros. En 2012 cabe citar la gestión conjunta de los espacios publicitarios de la Red y las pólizas de seguros de las distintas Unidades Alimentarias, con un nuevo ahorro en las primas aplicables. Asimismo se han iniciado los trabajos de planificación de la nueva licitación conjunta del suministro eléctrico en la Red de Mercas, centros comerciales y sede social de Mercasa, ya que la vigencia de los contratos actuales finaliza en junio de 2013.

En 2012 se presentó en la asamblea de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM), celebrada en Berlín, el proyecto realizado por Mercasa relativo a la contratación conjunta de seguros, tanto desde un punto de vista metodológico como de resultados.

En la línea de potenciar la innovación y la aplicación de nuevas tecnologías, se ha impulsado el desarrollo de un proyecto de mejora de las telecomunicaciones, a partir de las medidas ya adoptadas por Mercabarna en esta materia. En Mercacórdoba y Mercagranada se han iniciado los estudios pertinentes para la puesta en marcha del mismo. En Mercapalma han finalizado ya las obras de canalización necesarias.

Implantación de Mercachef en la Red de Mercas

La plataforma de comercio electrónico mayorista Mercachef, impulsada por Mercasa, amplió su presencia a seis Mercas a lo largo de 2012, con oficina y servicios propios, y empresas mayoristas vinculadas a la plataforma.

Los seis Mercas que formaban parte de Mercachef a finales de 2012 son Mercamadrid, Mercabarna, Mercamálaga, Mercavalencia, Mercagranada y Mercalicante.

En el caso de Mercamadrid, Mercachef realizó sus primeras operaciones comerciales en pruebas en el último trimestre de 2011, en los primeros meses de 2012 se realizó la incorporación y formación del primer grupo de empresas mayoristas que, a finales de 2012, ya ofrecían y vendían un amplio catálogo de productos.

En las otras cinco Mercas, Mercachef realizó sus primeros contactos comerciales en los primeros meses de 2012 y en el último trimestre del año contaba con oficinas y personal propio, y con varias empresas mayoristas inscritas en las distintas categorías de productos –carnes, pescados y mariscos, y frutas y hortalizas–, realizando el proceso de formación necesario para aprender a gestionar su propia tienda online con Mercachef.

Asimismo, en paralelo al proceso de implementación de la oferta mayorista en Mercachef, a lo largo de 2012 se desarrolló un amplio programa de marketing institucional y comercial ante el colectivo de compradores, tanto con carácter general como en las áreas de influencia de los Mercas de arranque. Para todo este proceso, Mercachef está contando con la colaboración de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR), que agrupa a más de 250.000 restaurantes, bares y cafeterías de toda España.

Desde Mercasa se siguen impulsando acciones encaminadas a mejorar las sinergias de red, aprovechando las economías de escala que se derivan de la misma, con el consiguiente ahorro de costes y su favorable incidencia en las cuentas de resultados

Modernización y ampliación de instalaciones y servicios

Todas las Unidades Alimentarias de la Red de Mercas realizan de forma permanente trabajos de modernización y ampliación de instalaciones y servicios para facilitar la actividad de los operadores mayoristas que trabajan en cada Merca y de los usuarios que acuden a comprar. Entre las más relevantes acometidas en 2012 están las que se recogen a continuación.

En el proyecto de ampliación de Mercamadrid han continuado los trabajos para la finalización de las obras de urbanización del área de explotación y parque urbano. El conjunto de las inversiones programadas para 2012 fue de 4,4 millones de euros, de los que 2,5 millones corresponden a incremento del valor de los terrenos atribuido en la expropiación.

En 2012 se aprobó definitivamente el Proyecto de Urbanización de la ZN-1/U.I.I-Norte Santa Lucía para la ampliación de Mercairuña y se espera que antes de final de año se lleve a cabo la contratación por la junta de compensación de las obras de urbanización de la Unidad.

Han continuado las obras de urbanización de 54.000 m2 para ampliación de la ZAC de Mercapalma. En estos momentos, Mercapalma dispone ya del uso de los terrenos, si bien está pendiente de resolución del Tribunal de Expropiaciones para hacer el pago efectivo de los mismos. En esa ampliación se espera poder dar cabida a empresas de la distribución organizada. Por otro lado se ha solicitado la incorporación en la revisión del Plan General de Ordenación Urbanística (PGOU) de una futura ampliación de 125.000 m2, que corresponde a la única posibilidad de futuro crecimiento por parte de Mercapalma.

En Mercasantander sigue estando pendiente la aprobación del Plan General de Ordenación Urbana de la ciudad para que la parcela de 12.600 m^2 que se adquirió como ampliación de la Unidad Alimentaria, obtenga las características urbanísticas del resto del polígono y así poder comercializar este espacio.

Mercacórdoba está ejecutando las obras de construcción de una nave de 1.196 m^2 destinada a central de envases reutilizables del Mercado de Frutas y Hortalizas.

Mercapalma ha finalizado la construcción de un nuevo pabellón destinado al lavado y gestión de envases. Esta nave ocupa una parcela de 3.000 m2 con una superficie construida de 1.900 m2, que ha sido alquilada a una empresa especializada en gestión de envases reutilizables.

Mercazaragoza ha realizado inversiones por un importe total de 2,4 millones de euros, destinadas a la terminación del Mercado minorista de Valdespartera y al Matadero, destacando en este último la construcción de nuevas cámaras frigoríficas de estabilización.

En Mercagranada se ha construido una nueva nave de 3.400 m^2 para la actividad de cash and carry, en la parcela de 6.417 m^2 junto a la entrada del mercado.

Ha continuado la remodelación y ampliación de la línea de sacrificio de porcino en el Matadero de Mercavalencia en desarrollo del Proyecto General de Ampliación y Reforma del mismo convenido con la Consellería de Agricultura de la Generalitat valenciana.

En Mercamurcia se ha procedido a la incorporación de nuevas insta-




FRUTEMSA
FRUTEMSA
FRUTEMSA

A lo largo de 2012, Mercamurcia ha procedido a realizar mejoras en el revestimiento del pavimento de algunas zonas de los muelles del Mercado de Frutas, mejoras en el sistema de extracción de hielo en el Mercado de Pescados, renovación de ganchos y elementos de transporte de canales y renovación de las conducciones de gas caliente y aislamiento de la red frigorífica del Matadero. Asimismo se ha ampliado el sistema de cámaras de vigilancia en el Mercado de Frutas.

Mercabilbao ha puesto en marcha el sistema de control de seguridad por medio de videovigilancia inteligente que gestiona el circuito cerrado de cámaras de televisión para el control del perímetro de la Unidad Alimentaria.

En Mercacórdoba se está desarrollando un software para cubrir las necesidades del servicio de Gestión Centralizada de Envases. Asimismo ha firmado un convenio de colaboración con Mercabarna para el desarrollo conjunto de servicios de telecomunicaciones avanzados.

Durante el ejercicio 2012, en Mercairuña se ha ampliado la zona de cobertura del sistema de videovigilancia a la zona del pabellón multiusos, estación de ITV y zonas estratégicas de viales de la Unidad Alimentaria.

En Mercamadrid se ha procedido a reforzar el contrato de seguridad, la mejora de los servicios de limpieza y mantenimiento y el estudio para la modernización y automatización de todas las instalaciones de acceso a la Unidad Alimentaria.

Mercapalma ha llegado a un acuerdo inicial con la compañía de gas local para que esta ofrezca gas ciudad a clientes interesados en dicho servicio, realizando la inversión la sociedad y la explotación de la misma la empresa de gas.

Mercabarna dispone de una importante red privada de comunicaciones con implantación de infraestructuras como la red de fibra óptica, la conexión wifi en todo el recinto o la reciente modernización del sistema de telefonía fija. En este ámbito se celebró, el 1 de marzo, la primera Jornada Internacional de Consultoría e Ingeniería en Telecomunicaciones, organizada por el Colegio de Ingenieros Técnicos y Peritos de Telecomunicación de Cataluña (COETTC) y la Sociedad de Consultores de Telecomunicaciones (STC), explicando el modelo de gestión de las comunicaciones de telefonía fija y móvil implantado en la Unidad Alimentaria.

En Mercalicante se ha firmado un convenio paraguas con una operadora de telefonía.

Mercalaspalmas ha introducido mejoras en los sistemas de información, poniendo en marcha una nueva plataforma a través de una extranet para informar a consejeros y clientes.

En Mercatenerife se ha mejorado la instalación informática, con la actualización del servidor y los elementos necesarios para conseguir una mayor seguridad tecnológica. Asimismo se desarrolla una aplicación para teléfonos móviles en donde se puede consultar en tiempo real la información de precios de la Unidad Alimentaria, así como las noticias que se publican en la página web.

Mercatenerife ha obtenido tres nominaciones al Premio Excelencia Tenerife 2.0 en las categorías de Mejor Comunicador del Sector Primario, Calidad y Consumo y Community Manager, organizado por la Fundación Insular para la Formación, el Empleo y el Desarrollo Empresarial (FIFEDE) para reconocer a aquellos profesionales, entidades, organizaciones públicas y privadas que han fomentado la innovación, la tecnología y el desarrollo económico de la isla a través de las redes sociales; habiendo obtenido el Premio Excelencia Tenerife 2.0 a la categoría al Mejor Comunicador del Sector Primario.

En Mercalgeciras se han realizado mejoras en las señalizaciones dentro de la Unidad Alimentaria y un estudio y planificación para la adecuación de las instalaciones a la normativa vigente de señalización y medidas de protección.

Mercasturias ha realizado un acondicionamiento general de la señalización vial horizontal que mejora tanto el tránsito y aparcamiento de vehículos como la movilidad peatonal. Además se ha instalado un nuevo sistema de accesos basado en el reconocimiento óptico de matrículas que, además, ha permitido habilitar un nuevo carril de acceso rápido para abonados y trabajadores, gracias a las posibilidades brindadas por el nuevo sistema de control de accesos.

En Mercabilbao se ha procedido a ampliar el muelle del pabellón de plátanos y a mejorar la funcionalidad de las rampas del mismo.

Mercalaspalmas ha aprobado la realización de obras de mejora del Mercado de Frutas y Hortalizas a través de la instalación de paneles divisorios y puertas, con el fin de facilitar y promover la refrigeración de módulos y mejorar las condiciones de almacenamiento de los productos,

En Mercamálaga se ha puesto en marcha un sistema de digitalización del control de accesos con el objetivo de optimizar la gestión de cobro, mejorar la seguridad y modernizar la recepción de datos estadísticos.

Mercabarna lidera el proyecto de Clúster de Empresas de Alimentación de Barcelona, cuyo objetivo es la mejora de la competitividad de las empresas que participan en el mismo, fomentando la innovación en sus procesos y operativa.

Continúa la participación activa de Mercabilbao en el Clúster de Alimentación de Euskadi en el grupo de trabajo de comunicación, así como en el proyecto de redes para la canalización del esfuerzo de las empresas del sector alimentario con el objetivo de reforzar la competitividad.



Responsabilidad social corporativa en la Red de Mercas

Contribución a la formación alimentaria y al mantenimiento de la seguridad alimentaria

Mercasa y los Mercas realizan los esfuerzos necesarios para impulsar el debate público y la adopción de políticas y medidas que favorezcan la educación alimentaria, hábitos saludables y un consumo más responsable.

Mercasa y los Mercas desarrollan múltiples actividades puntuales de formación alimentaria, siempre en colaboración con otras empresas, instituciones y asociaciones de todo tipo, con una especial atención a las acciones de formación y cultura alimentaria orientadas a los niños y jóvenes en edad escolar.

Entre las actuaciones más relevantes realizadas durante 2012 destacan las que se recogen a continuación.

Mercalgeciras continúa participando en campañas publicitarias que fomentan un consumo más responsable, la divulgación del etiquetado, la conservación de recursos pesqueros y el consumo de frutas.

Con la intención de contribuir a difundir unos hábitos de vida saludables, Mercalicante ha repartido cerca de seis toneladas de fruta en una decena de eventos deportivos. Además, anualmente está presente en diferentes eventos deportivos, lúdicos y culturales.



Luchar contra la obesidad infantil es también una prioridad para Mercalicante, por lo que ha diversificado sus acciones enfocadas a los escolares. Junto a las visitas programadas al Mercado Mayorista, participa desde el pasado curso escolar en el programa municipal "La Nevera", que acerca a los estudiantes al consumo diario de frutas y hortalizas frescas.

En 2012, Mercalicante ha dado un paso más para difundir la dieta mediterránea con la creación del cross escolar "Mercalicante: Salud Mediterránea", que contó con la participación de 300 niños y adolescentes. Además se ha firmado un convenio con la Concejalía de Educación, Consumo y Sanidad para desarrollar, entre otros proyectos, la "Escuela de padres saludables".

Mercalicante sigue avanzando en el proceso de implantación de la marca paraguas, de adscripción voluntaria, que avala la excelencia de los procesos de manipulación, trazabilidad y conservación de los productos comercializados por las empresas mayoristas y los establecimientos minoristas que adquieren sus productos en Mercalicante.

Mercasturias acogió en 2012 una sesión del curso de experto en distribución comercial, impartido por la Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial de la Universidad de Oviedo.

Mercabarna lidera el proyecto de elaboración de un Plan Estratégico de Clúster de Empresas de Alimentación en 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 que forman parte del mismo, fomentando la implantación de innovación en sus procesos y operativas.

En 2012, la Asociación Clúster Alimentario de Barcelona presentó un estudio realizado en colaboración con AECOC para mejorar e incrementar las oportunidades de negocio entre las empresas mayoristas y las firmas de la gran distribución. Junto con ACC1Ó (la agencia de la Generalitat para la competitividad de la empresa catalana) organizó las primeras Jornadas de Inmersión Estratégica del Sector Foodservice. Asimismo se organizó en el mes de marzo el curso "Gestión de clientes estratégicos", al que han asistido una treintena de gerentes y responsables de marketing de empresas de dentro y fuera de Mercabarna, y se celebró, en el mes de julio, un encuentro, con el objetivo de reunir a proveedores del canal foodservice con compañías de este sector. En total asistieron una veintena de empresas.

El área de formación de Mercabarna ha obtenido la homologación por parte del Servicio de Ocupación de Cataluña (SOC) para impartir tres nuevos certificados de profesionalidad: sacrificio, faenado y despiece de animales, actividades de floristería y actividades auxiliares de comercio. Esta área está colaborando con el programa de trabajo en los barrios de Barcelona Activa, una iniciativa que tiene como finalidad impulsar en diferentes barrios de la ciudad acciones de apoyo a la inserción laboral de colectivos con dificultades especiales, entre las que se incluye la formación.

Asimismo, el área de formación de Mercabarna apuesta por la orga-

nización de nuevos cursos y, sobre todo, por la incorporación de una nueva línea de cursos semipresenciales, que pretenden facilitar aún más la formación.

Mercabarna sigue realizando actuaciones relacionadas con la alimentación saludable a través de "5 al Día", "Crece con el pescado" y "Flores y plantas, todos los días", y dio a conocer su oferta de actividades educativas dirigidas a niños en la muestra organizada por el Consejo de Coordinación Pedagógica de Barcelona.

Mercabarna y la Fundación Instituto Catalán de la Cocina (FICC) suscribieron el 22 de junio de 2012 un convenio de colaboración en favor de la campaña "Cocina Catalana Patrimonio de la Humanidad: candidatura 2013".

Mercabilbao continúa la difusión de la marca Mercabilbao como garante de productos sabrosos, seguros y saludables, y es miembro del Clúster de Alimentación de Euskadi para mejorar la competitividad de los asociados, mediante la cooperación y aprovechamiento de las sinergias en retos estratégicos competitivos, que individualmente no pueden abordarse.

También desarrolla semanalmente talleres de fomento de hábitos saludables de consumo, mediante el acuerdo de colaboración con Slow Food Bilbao-Bizkaia.

Desde el Centro de Formación de Mercacórdoba se han impartido seis cursos a los que han asistido empresas mayoristas de la Unidad Alimentaria y detallistas del sector alimentario. Al igual que en años anteriores, durante el año escolar 2011/2012 se ha desarrollado la actividad "Del campo y del mar al comercio vecinal", en la que han participado un total de 4.063 niños.

De acuerdo con la Encomienda de Gestión del Ayuntamiento de Córdoba para el Comercio Vecinal, se han desarrollado acciones promocionales con comerciantes y vecinos en nueve barrios de la ciudad.

Mercagranada ha firmado una serie de convenios con asociaciones para fomentar un estilo de vida más saludable. Además, en junio se celebraron la segunda edición de la Gran Fiesta de los Alimentos y Mercarest 2012, un encuentro anual para el sector Horeco y mayorista con el objetivo de acercar ambos sectores.

Otra iniciativa para promocionar la gastronomía granadina a través de los productos de alimentación perecedera de Mercagranada es "La carta Mercagranada" y el concurso "El Plato del Año" que, en su primera edición, ha contado con la participación de casi medio centenar de restaurantes que han aportado, al menos, un plato de su carta habitual.

Además, han continuado con el programa educativo llamado "Conoce Mercagranada y los alimentos", cuyo objetivo es el fomento de una educación saludable en los escolares y en su entorno familiar. El programa ha incrementado la variedad de actividades, recibiendo visitas de los chefs más importantes de la ciudad y saliendo por primera vez a los centros educativos. Finalmente se han ampliado las visitas de estudiantes de secundaria e incluso a aquellos que están orientando su futuro profesional hacia al canal Horeco, integrando en el programa de actividades visitas a distintas empresas del mercado.

Como en años anteriores, en Mercairuña se ha colaborado con organismos e instituciones públicas y privadas en la difusión de sus campañas y consejos.

Desde Mercamálaga se han desarrollado iniciativas que apoyan la comercialización de las empresas mayoristas, trabajando en varias líneas de actuación promocional, como el impulso de encuentros y reuniones entre las distintas asociaciones del sector para potenciar los puestos de la nave P-300 y enfocarla a mayoristas específicos en materia de agricultura ecológica y de denominación de origen, así como la colaboración en materia de avituallamiento deportivo de frutas en carreras populares en Málaga. También ha obtenido el registro sanitario del Mercado de Frutas y Hortalizas.

Con el objetivo de promover el consumo de productos locales y de temporada, así como prácticas de consumo sostenible, Mercapalma mantiene el convenio con el Ayuntamiento de Palma, "l'Escola al mercat".

Mercasa y los Mercas desarrollan múltiples actividades puntuales de formación alimentaria, siempre en colaboración con otras empresas, instituciones y asociaciones de todo tipo, con una especial atención a las acciones de formación y cultura alimentaria orientadas a los niños y jóvenes en edad escolar

Mercasalamanca 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.

Mercatenerife ha reanudado las visitas escolares mediante un convenio entre la Fundación Tenerife Rural y el Instituto de Calidad y Consumo Responsable.

El declive de la actividad en el Mercado de Pescados, unido a la coyuntura económica, ha llevado a Mercavalencia a desarrollar la tercera edición del 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.

Se mantiene 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, en cursos de formación de auxiliares de floristería –que han sido desarrollados en las instalaciones de Mercaflor– y se ha adjudicado una campaña de comunicación enfocada principalmente al mercado de alimentos frescos, durante el periodo otoño 2012/primavera 2013, con los objetivos de dar mayor notoriedad a la marca Mercavalencia, mejorar el posicionamiento ante la competencia y reforzar la imagen como "Centro comercial de distribución agroalimentario del Mediterráneo".

Enmarcado en el Plan de Formación, Empleo y Autoempleo del Ayuntamiento de Valencia 2012, se ha impartido un curso para reciclar profesionales de la hostelería y mejorar su cualificación.

El trabajo que se realiza desde Mercazaragoza para el relanzamiento de los mercados municipales, además de las actuaciones físicas y de gestión, se visibiliza a través del distintivo "Tú exiges calidad, yo compro en Mercazaragoza",

Mercazaragoza ha seguido desarrollando este distintivo, que surgió como consecuencia de una demanda del sector, sobre todo en momentos de especial dureza económica en los que se hace más necesario que nunca reactivar el consumo despertando de nuevo la confianza de los consumidores.

El Centro de Formación de Mercazaragoza continúa organizando cursos destinados a la formación de profesionales autónomos carniceros, pescaderos y fruteros, y contribuyendo de este modo a la potenciación del comercio detallista. También se han realizado cursos específicos para las empresas mayoristas.





Compromiso de la Red de Mercas y las empresas mayoristas con los Bancos de Alimentos

Los Bancos de Alimentos tienen un papel cada vez más importante como distribuidores de excedentes de alimentos a personas necesitadas, con una actividad que cuenta con un compromiso creciente de apoyo por parte de los Mercas y las empresas mayoristas ubicadas en sus instalaciones.

En la práctica totalidad de los Mercas hay instalaciones de los Bancos de Alimentos, que con carácter general son cedidas de forma gratuita, y permiten una gestión eficaz de estas instituciones cuyo funcionamiento descansa en el trabajo de personas voluntarias. Si se analizan en términos de valor los espacios cedidos, la contribución de los Mercas a los Bancos de Alimentos supera los 340.000 euros anuales, sin contar el valor de los servicios prestados.

El volumen de alimentos gestionado a través de los bancos instalados en la Red de Mercas es muy significativo, superando las 27.000 toneladas en 2012.

Las aportaciones de producto a los Bancos de Alimentos tienen orígenes muy variados. Respecto al papel de los mayoristas y empresas instaladas en los Mercas en la cantidad total de alimentos gestionados, su contribución es muy relevante, hasta llegar al 12% del total de productos. Cabe destacar algunos casos, como es el de Mercatenerife, donde los mayoristas tienen una aportación fundamental, contribuyendo con casi el 38% del total de productos que pasa por las manos del banco allí instalado. También en el caso de Mercasevilla, la solidaridad de los mayoristas es patente, aportando más del 34% del total de alimentos.

Otros donantes de los Bancos de Alimentos son otras empresas relacionadas con la alimentación, ya sea en la producción o la distribución, grandes superficies, otros organismos públicos, así como el FEGA (Fondo Español de Garantía Agraria). En cualquier caso, en lo que a mayoristas se refiere, en toda la Red de Mercas más de 400 empresas son colaboradoras de los Bancos de Alimentos.

Volumen de alimentos gestionado por los Bancos de Alimentos en la Red de Mercas. Datos de 2012

MERCA	Toneladas
Mercalicante	2.334
Mercasturias	1.054
Mercabarna	516
Mercabilbao	653
Mercacórdoba	1.179
Mercagranada	1.936
Mercairuña	3.370
Mercalaspalmas	5.543
Mercaleón	816
Mercamadrid	1.534
Mercamálaga	751
Mercapalma	451
Mercasalamanca	2.000
Mercasevilla	1.558
Mercatenerife	1.605
Mercazaragoza	2.011
Total	**27.311**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por los Bancos de Alimentos.



Responsabilidad social corporativa en la gestión medioambiental

Compromiso de Mercasa y los Mercas para optimizar el uso de agua y energía, y mejorar el reclicado de residuos

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 los Mercas, las empresas mayoristas y clientes, que consumen los recursos –agua, electricidad, etc.– y manejan las mercancías, los envases y los residuos que genera la actividad comercial.

En este ámbito se engloban actividades como la realización de auditorías energéticas; la implementación y optimización de los sistemas de recogida selectiva; la selección y gestión de residuos orgánicos; las acciones de generación de energía renovable; la reducción del consumo de electricidad y agua; la disminución del gasto energético y acciones de ahorro, campañas de formación, información, sensibilización e instalación de puntos verdes.

Como resultado de este esfuerzo, durante los últimos años se está consiguiendo, con carácter general, una mayor eficiencia energética en el funcionamiento de todos los Mercas, con el consiguiente ahorro económico y mejora de la huella ecológica; además de reforzar progresivamente la recogida y posterior tratamiento selectivo y reciclado de residuos, con especial atención a los diferentes tipos de envases que se manejan en la actividad comercial.

Para conocer con todo detalle las iniciativas emprendidas por cada Merca durante 2012 en gestión medioambiental, entra en www.mercasa.es (Informe_Anual_Mercasa_2012).



Estructuras de la Red de Mercas

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

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

En estas estructuras desarrollan su actividad unas 3.400 empresas, de las que en torno a 2.000 son empresas mayoristas instaladas en los Mercados de Frutas y Hortalizas, Pescados, Carnes y Flores, y el resto, empresas dedicadas a actividades complementarias de mercados, de distribución logística o de atención a los usuarios de los Mercas, que representan ya un 45% del total.

Asimismo, también cabe destacar el importante volumen de empleo que genera la actividad que se desarrolla en los Mercas, que se estima en unos 27.300 trabajadores entre el personal de los Mercas y el de las empresas mayoristas y de servicios ubicadas en sus instalaciones.

Del mismo modo, la actividad comercial y de servicios que se desarrolla en los Mercas genera un tránsito muy representativo de personas y vehículos. Durante 2012, por las 23 Unidades Alimentarias transitaron casi 18 millones de vehículos (68.000/día). En cuanto a la afluencia de compradores –tanto detallistas como mayoristas, hostelería y restauración, demanda institucional y otros usuarios–, la media de asistencia diaria se cifra en unas 75.000 personas.

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	■	■		
Mercagalicia	■			
Mercagranada	■	■		
Mercairuña	■	■		
Mercajerez	■	■		
Mercalaspalmas	■	■		
Mercaleón	■	■		
Mercamadrid	■	■	■	
Mercamálaga	■	■		
Mercamurcia	■	■	■	■
Mercapalma	■		■	
Mercasalamanca	■	■		
Mercasantander	■			
Mercasevilla	■	■	■	
Mercatenerife	■			
Mercavalencia	■	■	■	■
Mercazaragoza	■	■	■	
Total Mercas	23	17	7	3

* Matadero Complejo Cárnico: La gestión y explotación de los mataderos de Mercamadrid,Mercapalma y Mercasevilla la realizan empresas privadas.

La Red de Mercas se compone de un total de 23 Unidades Alimentarias, cuya superficie global se sitúa en unos 8 millones de metros cuadrados, de los que en torno a un millón son superficie neta de mercados y más de 2,4 millones corresponden a las Zonas de Actividades Complementarias

Estructuras de la Red de Mercas

Superficie en la Red de Mercas (m²)

	Mercados	ZAC [1]	Otras	Total [2]
Mercalgeciras	3.118	10.540	17.481	31.139
Mercalicante	32.918	59.326	43.587	135.831
Mercasturias	20.331	63.432	28.765	112.528
Mercabadajoz	4.240	30.155	25.244	59.639
Mercabarna	169.357	308.723	430.783	908.863
Mercabilbao	36.845	7.752	89.402	133.999
Mercacórdoba	14.094	15.777	56.129	86.000
Mercagalicia	8.638	38.428	15.934	63.000
Mercagranada	28.790	97.655	95.949	222.394
Mercairuña	8.302	87.451	72.247	168.000
Mercajerez	8.240	2.868	45.867	56.975
Mercalaspalmas	20.339	52.528	227.844	300.711
Mercaleón	10.428	7.479	24.051	41.958
Mercamadrid	199.600	421.200	1.594.260	2.215.060
Mercamálaga	20.492	16.265	217.654	254.411
Mercamurcia	42.452	127.707	115.476	285.635
Mercapalma	34.854	211.766	126.236	372.856
Mercasalamanca	26.531	62.802	163.967	253.300
Mercasantander	15.794	105.875	71.661	193.330
Mercasevilla	51.318	96.722	275.272	423.312
Mercatenerife	24.800	42.011	117.114	183.925
Mercavalencia	65.897	148.487	283.616	498.000
Mercazaragoza	93.907	393.990	210.101	697.998
Total Red	941.285	2.408.939	4.348.640	7.698.864

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

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 Mercas [2]
Mercalgeciras	1.488	1.630			10.540		7.710	5.767	4.004	31.139
Mercalicante	32.918				59.326	4.677	28.113	7.467	3.330	135.831
Mercasturias	20.331				63.432	307	21.668	6.320	470	112.528
Mercabadajoz	3.490	750			30.155	1.886	15.142	4.716	3.500	59.639
Mercabarna	80.406	25.458	19.302	44.191	308.723	7.731	303.472	109.150	10.430	908.863
Mercabilbao	27.871	8.974			7.752		18.958	61.456	8.988	133.999
Mercacórdoba	11.690	2.404			15.777	504	26.372	13.452	15.801	86.000
Mercagalicia	8.638				38.428		10.310	5.624		63.000
Mercagranada	20.996	7.794			97.655	2.981	54.624	20.614	17.730	222.394
Mercairuña	6.322	1.980			87.451	400	60.435	8.196	3.216	168.000
Mercajerez	8.000	240			2.868	547	11.954	29.932	3.434	56.975
Mercalaspalmas	19.208	1.131			52.528	1.563	85.496	37.352	103.433	300.711
Mercaleón	6.700	3.728			7.479	660	12.560	2.902	7.929	41.958
Mercamadrid	124.400	42.600	32.600		421.200	31.450	321.957	150.014	1.090.839	2.215.060
Mercamálaga	16.018	4.474			16.265	1.120	94.275	31.361	90.898	254.411
Mercamurcia	18.323	8.190	10.511	5.428	127.707	975	61.864	14.275	38.362	285.635
Mercapalma	14.488		20.366		211.766	1.633	102.458	13.536	8.609	372.856
Mercasalamanca	18.902	7.629			62.802	1.961	46.876	20.125	95.005	253.300
Mercasantander	15.794				105.875	2.254	47.239	4.537	17.631	193.330
Mercasevilla	29.157	7.117	15.044		96.722	1.980	160.846	74.613	37.833	423.312
Mercatenerife	24.800				42.011	2.448	20.908	19.355	74.403	183.925
Mercavalencia	31.272	12.518	13.135	8.972	148.487	2.090	107.221	68.305	106.000	498.000
Mercazaragoza	33.250	10.560	50.097	0	393.990	5.400	92.900	61.931	49.870	697.998
Total Red	574.462	147.177	161.055	58.591	2.408.939	72.567	1.713.358	771.000	1.791.715	7.698.864

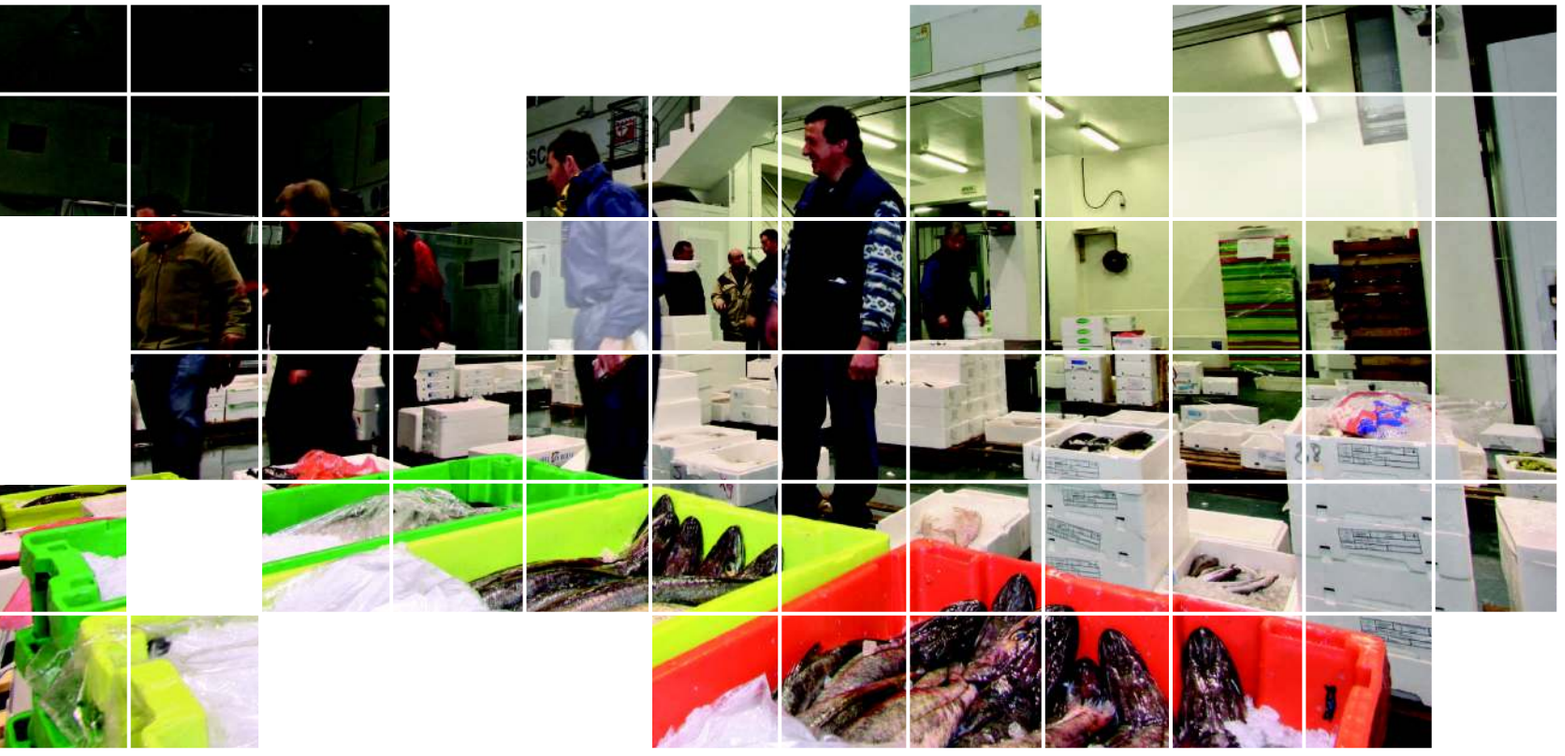
1. Zona de Actividades Complementarias.
2. En el total de Mercamadrid se incluyen 453.492 m² del Mercamadrid tecnológico.

Estructuras de la Red de Mercas

Número de empresas mayoristas implantadas

	F. y H.	Plátanos	Pescados	Carnes	Flores	Otros *	Total Mercas
Mercalgeciras	1		10			4	15
Mercalicante	31	1				61	93
Mercasturias	15					14	29
Mercabadajoz	4		3			17	24
Mercabarna	160		71	12	48	428	719
Mercabilbao	30	4	24			46	104
Mercacórdoba	22		12			26	60
Mercagalicia	8	1				6	15
Mercagranada	30	2	17			55	104
Mercairuña	12		7			15	34
Mercajerez	10	1	1			30	42
Mercalaspalmas	197		4			58	259
Mercaleón	10		6			11	27
Mercamadrid	147	10	162	24		187	530
Mercamálaga	53		24			24	101
Mercamurcia	50		9	11	7	61	138
Mercapalma	33			8		56	97
Mercasalamanca	21	3	6			21	51
Mercasantander	18					33	51
Mercasevilla	75		42	1		86	204
Mercatenerife	33	1				59	93
Mercavalencia	58		27	14	49	83	231
Mercazaragoza	36		15	30		101	182
Total Mercas	1.054	23	440	100	104	1.482	3.203

* 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 2012 un valor total próximo a los 10.000 millones de euros, correspondientes a un volumen de comercialización de casi 6 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 Mariscos, y Mataderos y Complejos Cárnicos que funcionan en los distintos Mercas, así como a las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC) que completan cada Merca.

El tratamiento estadístico de los datos relativos a la actividad comercial en los 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 los Mercas mejoran constantemente la recogida y procesado 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 familia de productos, las ventas globales de frutas y hortalizas en la Red de Mercas durante 2012 ascendieron a unos 4,5 millones de toneladas, alcanzando un valor cercano a los 4.100 millones de euros. Por su parte, las ventas globales de productos pesqueros rebasaron las 650.000 toneladas en 2012, un 6% menos que en 2011, con un valor cercano a unos 4.000 millones de euros. En el caso de las carnes, durante 2012, la comercialización en la Red de Mercas se acercó a las 400.000 toneladas, con un valor de más de 1.300 millones de euros.

Cuotas de mercado

Los volúmenes comercializados en 2012 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 en torno a un 50% del total de frutas y hortalizas que se consumen en España (hogar + extradoméstico), el 51% de los pescados y mariscos, y algo más de un 25% de las carnes, sin incluir transformadas. Porcentajes que son aún más significativos si se toma como referencia únicamente el consumo en hogares, la demanda de mayor peso en los Mercas a través de sus distintos canales de compra.







Red de Mercas

Comercialización por grupos de productos en 2012. Valor/volumen

Valor de los productos comercializados[1]	Millones de euros
Grupo	Total
Frutas, hortalizas y patatas	3.794,6
Pescados y mariscos	2.526,3
Carnes	765,7

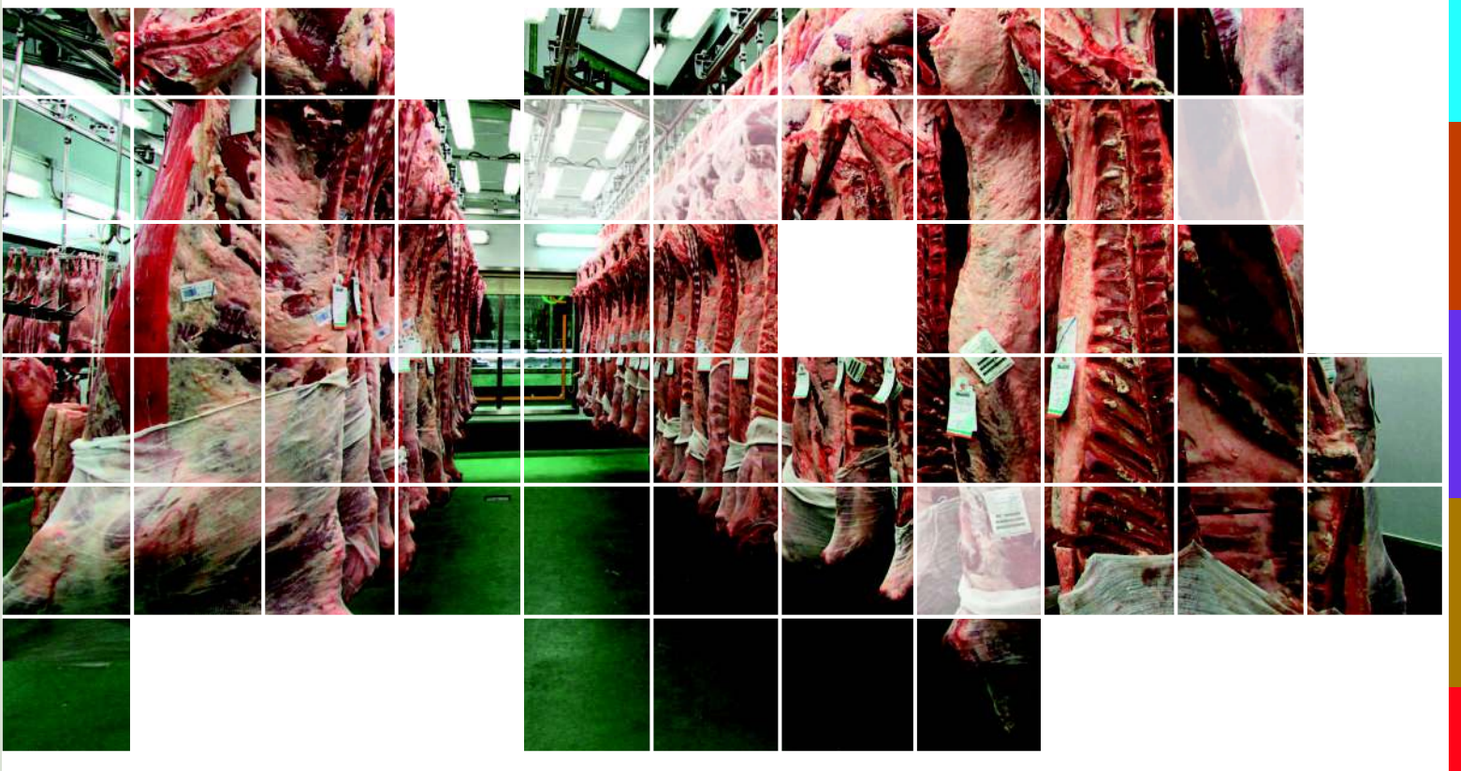
[1] A los productos de alimentación perecedera comercializados en los mercados mayoristas hay que añadir la realizada en las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC), con lo cual el valor total de la facturación ascendería hasta casi los 10.000 millones.

Volumen de los productos comercializados	Toneladas	
Grupo	Total	% s/grupo
Frutas	2.106.799	50,9
Hortalizas	1.418.481	34,3
Patatas	612.952	14,8
Total frutas, hortalizas y patatas[2]	**4.138.232**	**100,0**
Pescado fresco	244.267	56,9
Marisco fresco (incluye moluscos y cefalópodos)	81.027	18,9
Pescado y marisco congelados	104.336	24,3
Total pescado y marisco[3]	**429.630**	**100,0**
Total carnes (Mataderos + Mercados de Carnes)[4]	**253.246**	**100,0**

[2] El volumen total de ventas hortofrutícolas se acercaría a los 4,5 millones de toneladas incluyendo las transacciones realizadas desde las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC).

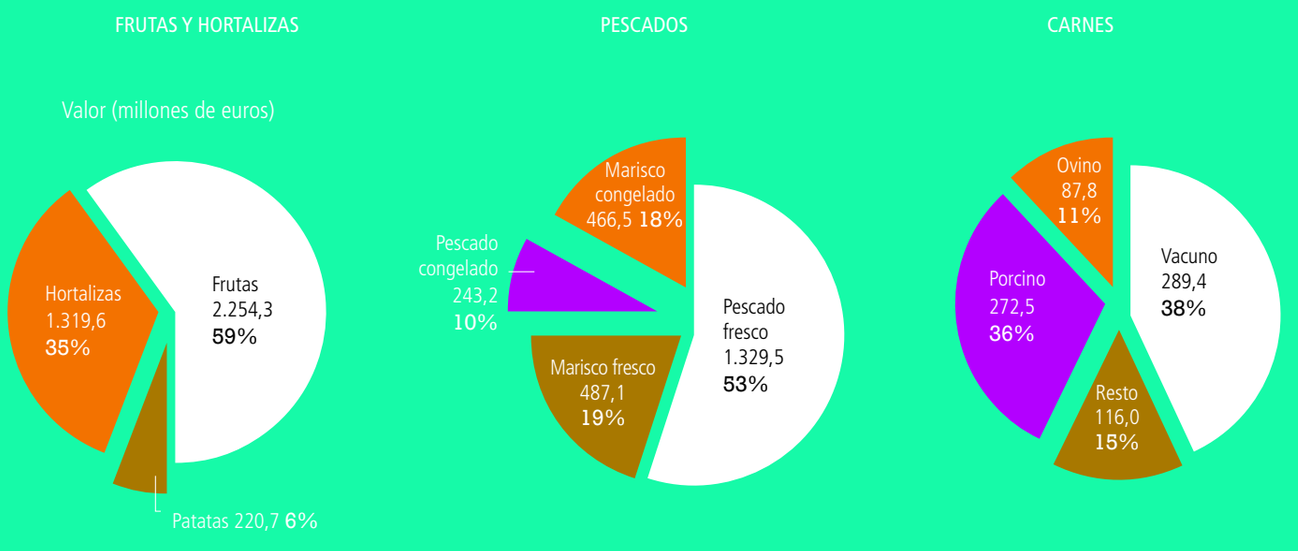
[3] El volumen total de ventas de productos pesqueros rebasaría holgadamente las 650.000 toneladas incluyendo las transacciones realizadas desde las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC).

[4] El volumen total de ventas de productos cárnicos ascendería casi a las 400.000 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 2012



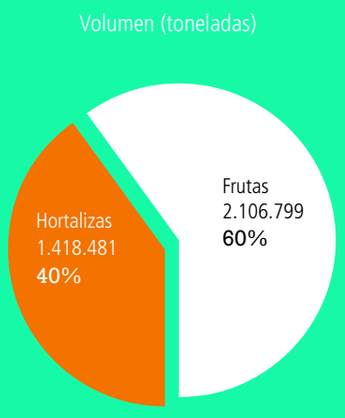
Red de Mercas

Comercialización por grupos de productos en 2012. Toneladas

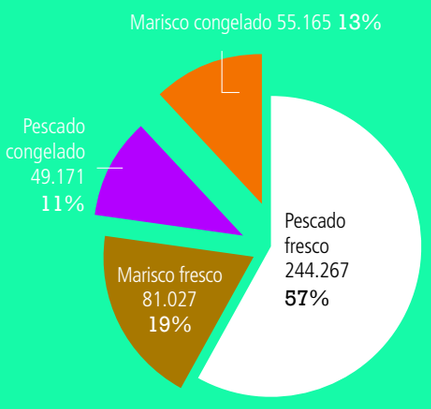
	Frutas y hortalizas	Pescados	Carnes	Total
Mercalgeciras	1.925	2.161	-	4.086
Mercalicante	68.187	-	-	68.187
Mercasturias	76.625	-	-	76.625
Mercabadajoz	10.230	890	-	11.120
Mercabarna	989.283	76.732	22.984	1.088.999
Mercabilbao	212.891	28.869	-	241.760
Mercacórdoba	56.797		-	63.296
Mercagalicia	16.789	-	-	16.789
Mercagranada	130.408	10.325	-	140.733
Mercairuña	31.521	3.471	-	34.992
Mercajerez	43.329	326	-	43.655
Mercalaspalmas	187.604	2.463	4.229	194.296
Mercaleón	17.417	1.381	-	18.798
Mercamadrid	1.137.799	105.409	117.930	1.361.138
Mercamálaga	161.163	42.920	-	204.083
Mercamurcia	77.200	2.149	16.504	95.853
Mercapalma	165.373	-	-	165.373
Mercasalamanca	52.715	2.324	-	55.039
Mercasantander	33.038	-	-	33.038
Mercasevilla	235.601	20.081	-	255.682
Mercatenerife	100.939	-	-	100.939
Mercavalencia	227.350	100.112	55.310	382.772
Mercazaragoza	104.048	23.518	36.289	163.855
Total Red[1]	**4.138.232**	**429.630**	**253.246**	**4.821.108**

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

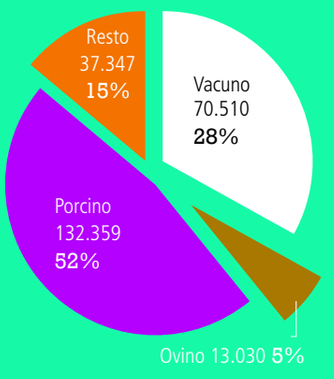
FRUTAS Y HORTALIZAS



PESCADOS



CARNES



Red de Mercas

Comercialización de frutas y hortalizas en 2012

	Frutas		Hortalizas		Patatas		Total	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	640	0,0	668	0,0	617	0,1	1.925	0,0
Mercalicante	41.524	2,0	22.083	1,6	4.580	0,7	68.187	1,6
Mercasturias	41.618	2,0	17.808	1,3	17.199	2,8	76.625	1,9
Mercabadajoz	6.007	0,3	3.479	0,2	744	0,1	10.230	0,2
Mercabarna	465.033	22,1	300.512	21,2	223.738	36,5	989.283	23,9
Mercabilbao	143.478	6,8	54.033	3,8	15.380	2,5	212.891	5,1
Mercacórdoba	25.496	1,2	21.737	1,5	9.564	1,6	56.797	1,4
Mercagalicia	12.559	0,6	2.891	0,2	1.339	0,2	16.789	0,4
Mercagranada	63.316	3,0	50.623	3,6	16.469	2,7	130.408	3,2
Mercairuña	14.109	0,7	14.491	1,0	2.921	0,5	31.521	0,8
Mercajerez	21.035	1,0	11.478	0,8	10.816	1,8	43.329	1,0
Mercalaspalmas	75.590	3,6	67.660	4,8	44.354	7,2	187.604	4,5
Mercaleón	10.410	0,5	5.470	0,4	1.537	0,3	17.417	0,4
Mercamadrid	606.255	28,8	407.346	28,7	124.198	20,3	1.137.799	27,5
Mercamálaga	80.618	3,8	69.923	4,9	10.622	1,7	161.163	3,9
Mercamurcia	35.171	1,7	36.319	2,6	5.710	0,9	77.200	1,9
Mercapalma	82.266	3,9	62.872	4,4	20.235	3,3	165.373	4,0
Mercasalamanca	31.321	1,5	16.958	1,2	4.436	0,7	52.715	1,3
Mercasantander	18.597	0,9	8.308	0,6	6.133	1,0	33.038	0,8
Mercasevilla	120.148	5,7	73.168	5,2	42.285	6,9	235.601	5,7
Mercatenerife	54.396	2,6	34.565	2,4	11.978	2,0	100.939	2,4
Mercavalencia	102.177	4,8	100.294	7,1	24.879	4,1	227.350	5,5
Mercazaragoza	55.035	2,6	35.795	2,5	13.218	2,2	104.048	2,5
Total Red	2.106.799	100,0	1.418.481	100,0	612.952	100,0	4.138.232	100,0

Red de Mercas

Evolución de la comercialización de frutas y hortalizas. Toneladas

Mercas	2008	2009	2010	2011	2012
Mercalgeciras	-	-	2.071	2.406	1.925
Mercalicante	74.769	76.508	77.441	78.238	68.187
Mercasturias	79.606	76.744	74.617	73.919	76.625
Mercabadajoz	11.920	12.064	10.950	10.792	10.230
Mercabarna	1.104.435	1.123.690	1.039.294	1.067.901	989.283
Mercabilbao	209.870	209.432	211.125	212.157	212.891
Mercacórdoba	65.663	61.613	62.284	62.362	56.797
Mercagalicia	18.233	19.770	18.636	17.407	16.789
Mercagranada	116.834	120.821	130.406	131.000	130.408
Mercairuña	35.652	32.141	32.060	32.082	31.521
Mercajerez	37.781	39.194	44.288	47.341	43.329
Mercalaspalmas	201.146	195.559	196.778	187.725	187.604
Mercaleón	17.187	17.993	19.629	18.968	17.417
Mercamadrid	1.569.004	1.536.375	1.414.752	1.306.320	1.137.799
Mercamálaga	167.999	170.384	169.563	168.800	161.163
Mercamurcia	80.959	75.975	76.060	74.495	77.200
Mercapalma	146.000	147.052	152.128	158.832	165.373
Mercasalamanca	63.612	58.912	57.997	55.888	52.715
Mercasantander	38.250	36.581	34.079	33.080	33.038
Mercasevilla	254.818	257.323	249.609	239.392	235.601
Mercatenerife	111.169	109.655	111.456	104.004	100.939
Mercavalencia	198.878	204.609	212.900	220.553	227.350
Mercazaragoza	142.984	122.215	124.443	116.530	104.048
Total Red	4.746.769	4.704.610	4.522.566	4.420.192	4.138.232

Red de Mercas

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

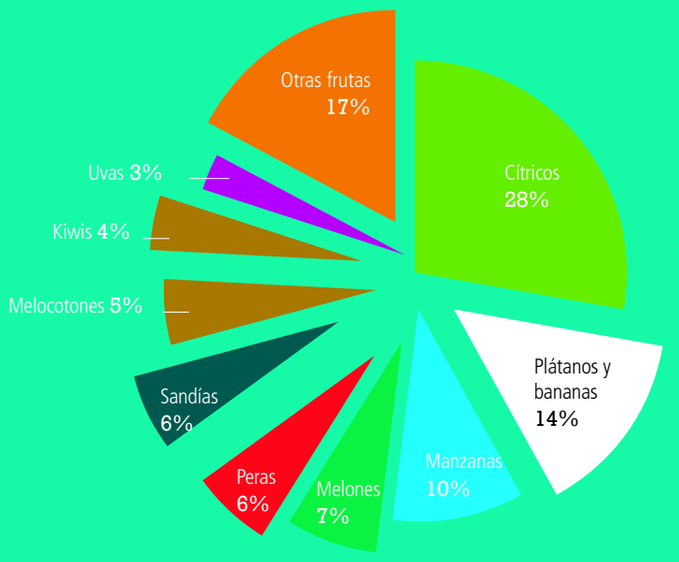
Mercas	2008	2009	2010	2011	2012
Mercalgeciras	-	-	0,87	1,06	0,86
Mercalicante	1,08	1,05	1,06	1,15	1,15
Mercasturias	0,89	0,83	0,92	0,92	0,98
Mercabadajoz	0,96	0,92	0,98	0,96	0,93
Mercabarna	0,86	0,83	0,90	0,78	0,83
Mercabilbao	0,99	0,91	0,96	0,93	0,95
Mercacórdoba	0,75	0,73	0,75	0,72	0,75
Mercagalicia	0,98	0,96	0,99	1,03	0,88
Mercagranada	0,80	0,72	0,77	0,72	0,74
Mercairuña	0,99	0,97	1,05	0,99	0,98
Mercajerez	0,80	0,68	0,75	0,68	0,68
Mercalaspalmas	1,03	0,93	0,92	0,92	1,01
Mercaleón	1,06	0,95	1,03	1,01	1,04
Mercamadrid	0,94	0,94	1,02	0,93	0,96
Mercamálaga	0,96	0,91	0,98	0,93	1,19
Mercamurcia	1,02	0,93	0,95	0,88	0,91
Mercapalma	0,92	0,87	0,99	0,97	0,97
Mercasalamanca	0,87	0,78	0,82	0,79	0,78
Mercasantander	0,95	0,93	0,99	0,96	0,91
Mercasevilla	0,89	0,85	0,89	0,87	0,92
Mercatenerife	1,16	1,02	1,11	1,05	1,08
Mercavalencia	0,86	0,80	0,85	0,80	0,82
Mercazaragoza	0,92	0,87	0,97	0,90	0,91
Total Red	0,92	0,89	0,95	0,88	0,92

Red de Mercas

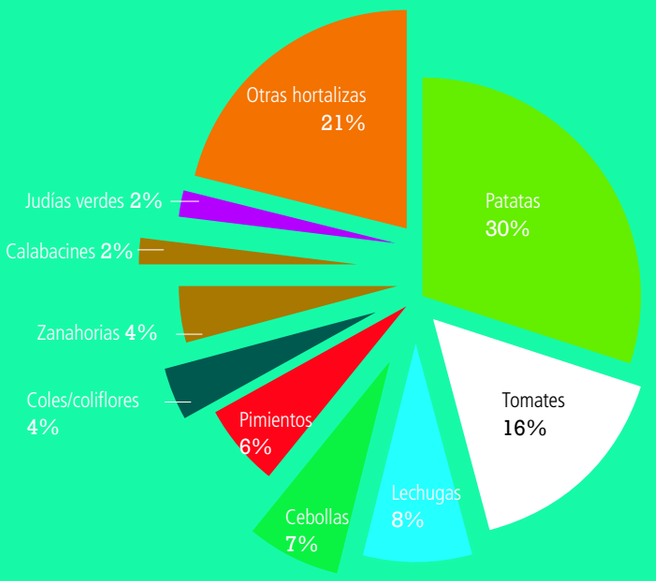
Comercialización y precios de frutas, hortalizas y patatas

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
Frutas	2012	2011	% 12/11	2012	2011	% 12/11
Aguacates	23.954	19.365	23,7	2,23	1,98	12,6
Albaricoques	20.476	20.164	1,5	1,55	1,56	-0,6
Cerezas	30.178	37.157	-18,8	2,91	2,56	13,7
Chirimoyas	13.927	17.006	-18,1	1,50	1,39	7,9
Ciruelas	33.614	37.014	-9,2	1,31	1,05	24,8
Fresones	52.976	48.571	9,1	2,16	2,29	-5,7
Kakis	15.895	15.639	1,6	1,28	1,24	3,2
Kiwis	75.232	73.003	3,1	1,66	1,67	-0,6
Limones	63.802	68.119	-6,3	0,77	0,66	16,7
Mandarinas	96.569	94.467	2,2	0,84	0,80	5,0
Mangos	14.106	12.498	12,9	2,10	1,89	11,1
Manzanas	214.998	235.678	-8,8	0,99	0,96	3,1
Melocotones	102.970	122.412	-15,9	1,28	1,31	-2,3
Melones	139.246	151.096	-7,8	0,78	0,72	8,3
Naranjas	410.885	430.090	-4,5	0,69	0,69	0,0
Nectarinas	38.247	42.358	-9,7	1,27	1,17	8,5
Peras	130.256	141.030	-7,6	0,99	0,95	4,2
Piñas	63.123	63.849	-1,1	1,08	1,15	-6,1
Plátanos y bananas	292.226	299.373	-2,4	0,95	1,05	-9,5
Sandías	114.807	116.760	-1,7	0,60	0,58	3,4
Uvas	66.211	74.280	-10,9	1,46	1,37	6,6
Resto frutas	93.101	93.576	-0,5	1,85	1,72	7,6
Total frutas	**2.106.799**	**2.213.505**	**-4,8**	**1,07**	**1,05**	**1,9**
Hortalizas	2012	2011	% 12/11	2012	2011	% 12/11
Acelgas	23.415	25.445	-8,0	0,66	0,59	11,9
Ajos	20.080	20.135	-0,3	2,17	2,79	-22,2
Alcachofas	23.483	26.305	-10,7	1,23	1,39	-11,5
Berenjenas	30.448	34.014	-10,5	0,85	0,88	-3,4
Calabazas	13.137	15.409	-14,7	0,68	0,69	-1,4
Calabacines	47.270	51.956	-9,0	0,88	0,62	41,9
Cebollas	148.385	162.183	-8,5	0,39	0,39	0,0
Coles	44.736	47.286	-5,4	0,55	0,49	12,2
Coliflores	39.682	43.952	-9,7	1,11	1,04	6,7
Champiñones y setas	31.967	28.001	14,2	2,74	2,55	7,5
Espárragos	8.662	10.756	-19,5	3,18	3,01	5,6
Judías verdes	45.385	50.984	-11,0	2,31	2,15	7,4
Lechugas	165.350	191.013	-13,4	0,54	0,44	22,7
Pepinos	42.330	41.156	2,9	0,78	0,73	6,8
Pimientos	118.178	140.456	-15,9	1,13	1,17	-3,4
Puerros	35.326	35.641	-0,9	0,99	0,89	11,2
Tomates	334.153	384.904	-13,2	0,98	0,80	22,5
Zanahorias	82.788	86.111	-3,9	0,57	0,55	3,6
Resto hortalizas	163.706	168.879	-3,1	0,88	0,85	3,5
Total hortalizas	**1.418.481**	**1.564.586**	**-9,3**	**0,93**	**0,85**	**9,4**
Patatas	2012	2011	% 12/11	2012	2011	% 12/11
	612.952	642.101	-4,5	0,36	0,36	0,0
Total frutas y hortalizas	**4.138.232**	**4.420.192**	**-6,4**	**0,92**	**0,88**	**4,5**

Red de Mercas
Comercialización de frutas 2012



Red de Mercas
Comercialización de hortalizas y patatas 2012



Red de Mercas
Frutas y hortalizas comercializadas por los productores 2012

Mercas	Toneladas	% s/total
Mercalicante	1.072	1,0
Mercasturias	660	0,6
Mercabadajoz	2.177	2,0
Mercabarna	16.098	15,1
Mercabilbao	225	0,2
Mercacórdoba	53	0,0
Mercairuña	314	0,3
Mercalaspalmas	6.213	5,8
Mercaleón	1.009	0,9
Mercamurcia	599	0,6
Mercapalma	3.418	3,2
Mercasalamanca	958	0,9
Mercasantander	435	0,4
Mercatenerife	28.936	27,1
Mercavalencia	41.463	38,9
Mercazaragoza	3.005	2,8
Total	106.635	100,0

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros 2012

Mercas	Toneladas	% s/total
Mercalgeciras	2.161	0,5
Mercabadajoz	890	0,2
Mercabarna	76.732	17,9
Mercabilbao	28.869	6,7
Mercacórdoba	6.499	1,5
Mercagranada	10.325	2,4
Mercairuña	3.471	0,8
Mercajerez	326	0,1
Mercalaspalmas	2.463	0,6
Mercaleón	1.381	0,3
Mercamadrid	105.409	24,5
Mercamálaga	42.920	10,0
Mercamurcia	2.149	0,5
Mercasalamanca	2.324	0,5
Mercasevilla	20.081	4,7
Mercavalencia	100.112	23,3
Mercazaragoza	23.518	5,5
Total Red	429.630	100,0

Red de Mercas

Evolución de la comercialización de pescados. Toneladas

Mercas	2008	2009	2010	2011	2012
Mercalgeciras	3.486	3.446	3.170	3.216	2.161
Mercabadajoz	1.440	969	854	1.063	890
Mercabarna	81.168	84.245	81.385	82.543	76.732
Mercabilbao	30.206	30.264	30.499	29.727	28.869
Mercacórdoba	6.948	6.967	6.561	6.493	6.499
Mercagranada	11.343	11.395	11.238	10.909	10.325
Mercairuña	3.986	3.266	3.370	3.608	3.471
Mercajerez	302	286	310	287	326
Mercalaspalmas	5.344	5.333	5.359	3.739	2.463
Mercaleón	1.706	1.371	1.390	1.311	1.381
Mercamadrid	149.588	164.116	143.327	118.864	105.409
Mercamálaga	44.222	45.776	44.078	43.320	42.920
Mercamurcia	3.601	3.120	3.024	2.329	2.149
Mercasalamanca	2.637	2.553	2.433	2.495	2.324
Mercasevilla	24.753	24.485	22.662	21.734	20.081
Mercavalencia	86.113	89.414	92.843	96.408	100.112
Mercazaragoza	34.748	25.117	24.463	24.128	23.518
Total Red	491.591	502.123	476.966	452.174	429.630

Red de Mercas

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

Mercas	2008	2009	2010	2011	2012
Mercalgeciras	5,32	5,23	5,20	5,32	5,53
Mercabadajoz	5,12	4,93	4,94	4,72	4,75
Mercabarna	6,28	5,68	5,99	6,07	5,87
Mercabilbao	5,48	5,25	5,41	5,61	5,61
Mercacórdoba	3,42	3,53	3,48	3,52	3,58
Mercagranada	4,32	4,20	4,35	4,50	4,67
Mercairuña	7,03	6,81	6,66	6,66	6,55
Mercajerez	4,25	3,74	4,33	4,27	4,55
Mercalaspalmas	4,81	5,00	5,46	5,62	5,91
Mercaleón	6,49	6,07	6,27	6,42	6,22
Mercamadrid	7,09	6,78	6,58	6,91	6,76
Mercamálaga	6,85	6,40	6,16	6,34	5,11
Mercamurcia	5,56	5,12	5,42	7,35	7,62
Mercasalamanca	5,19	4,92	5,19	5,26	5,46
Mercasevilla	3,76	3,61	3,58	3,84	3,88
Mercavalencia	6,34	6,15	5,94	5,83	5,95
Mercazaragoza	7,67	6,67	6,58	6,80	6,51
Total Red	6,39	6,03	5,96	6,08	5,90

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros frescos en 2012

	Pescado fresco		Marisco fresco		Total fresco	
Mercas	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	1.545	0,6	384	0,5	1.929	0,6
Mercabadajoz	711	0,3	114	0,1	825	0,3
Mercabarna	41.411	17,0	24.090	29,7	65.501	20,1
Mercabilbao	17.516	7,2	5.678	7,0	23.194	7,1
Mercacórdoba	4.364	1,8	1.205	1,5	5.569	1,7
Mercagranada	6.753	2,8	2.586	3,2	9.339	2,9
Mercairuña	2.802	1,1	335	0,4	3.137	1,0
Mercajerez	214	0,1	112	0,1	326	0,1
Mercalaspalmas	170	0,1	1	0,0	171	0,1
Mercaleón	1.064	0,4	315	0,4	1.379	0,4
Mercamadrid	60.225	24,7	15.905	19,6	76.130	23,4
Mercamálaga	34.722	14,2	2.845	3,5	37.567	11,5
Mercamurcia	138	0,1	104	0,1	242	0,1
Mercasalamanca	1.819	0,7	392	0,5	2.211	0,7
Mercasevilla	11.666	4,8	2.647	3,3	14.313	4,4
Mercavalencia	41.892	17,2	23.474	29,0	65.366	20,1
Mercazaragoza	17.255	7,1	840	1,0	18.095	5,6
Total Red	244.267	100,0	81.027	100,0	325.294	100,0

Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros congelados en 2012

	Pescado congelado		Marisco congelado		Prec. y elaborados de pescado		Total congelado		Total pescados	
Mercas	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
Mercalgeciras	117	0,3	115	0,2	-	-	232	0,2	2.161	0,5
Mercabadajoz	24	0,1	41	0,1	-	-	65	0,1	890	0,2
Mercabarna	2.785	6,2	7.545	15,0	901	9,7	11.231	10,8	76.732	17,9
Mercabilbao	2.821	6,3	2.848	5,7	6	0,1	5.675	5,4	28.869	6,7
Mercacórdoba	421	0,9	504	1,0	5	0,1	930	0,9	6.499	1,5
Mercagranada	359	0,8	627	1,2	-	-	986	0,9	10.325	2,4
Mercairuña	285	0,6	40	0,1	9	0,1	334	0,3	3.471	0,8
Mercajerez	-	-	-	-	-	-	-	-	326	0,1
Mercalaspalmas	1.210	2,7	1.082	2,2	-	-	2.292	2,2	2.463	0,6
Mercaleón	-	-	-	-	2	0,0	2	0,0	1.381	0,3
Mercamadrid	10.856	24,2	11.931	23,7	6.492	69,9	29.279	28,1	105.409	24,5
Mercamálaga	3.345	7,5	2.008	4,0	-	-	5.353	5,1	42.920	10,0
Mercamurcia	939	2,1	968	1,9	-	-	1.907	1,8	2.149	0,5
Mercasalamanca	75	0,2	38	0,1	-	-	113	0,1	2.324	0,5
Mercasevilla	1.813	4,0	3.833	7,6	122	1,3	5.768	5,5	20.081	4,7
Mercavalencia	17.022	38,0	17.361	34,6	363	3,9	34.746	33,3	100.112	23,3
Mercazaragoza	2.736	6,1	1.305	2,6	1.382	14,9	5.423	5,2	23.518	5,5
Total Red	44.808	100,0	50.246	100,0	9.282	100,0	104.336	100,0	429.630	100,0

Red de Mercas

Comercialización y precios de pescado fresco

	Cantidades (toneladas)			Precios (euro/kilo)		
Pescado fresco	2012	2011	%12/11	2012	2011	%12/11
Atún	6.506	8.183	-20,5	9,66	10,10	-4,4
Bacaladilla	14.558	11.875	22,6	2,00	2,26	-11,5
Bacalao	3.561	3.233	10,1	6,04	6,15	-1,8
Bonito	3.352	3.920	-14,5	6,07	6,34	-4,3
Boquerón	31.544	30.309	4,1	3,48	3,09	12,6
Caballa o verdel	5.274	5.860	-10,0	2,59	2,40	7,9
Cazón	1.411	4.024	-64,9	3,53	3,61	-2,2
Congrio	1.965	1.972	-0,4	4,38	3,58	22,3
Dorada	11.082	11.235	-1,4	5,90	6,46	-8,7
Emperador/pez espada	4.548	4.647	-2,1	13,81	14,80	-6,7
Gallo	7.271	7.718	-5,8	6,25	6,25	0,0
Jurel o chicharro	9.006	10.383	-13,3	2,75	2,60	5,8
Lenguado	4.653	7.101	-34,5	13,37	13,58	-1,5
Lubina	7.366	7.737	-4,8	7,48	7,03	6,4
Merluza	32.110	34.061	-5,7	6,19	6,59	-6,1
Pescadilla	20.357	24.825	-18,0	4,02	4,22	-4,7
Perca	2.261	2.631	-14,1	6,32	6,79	-6,9
Rape	8.982	8.997	-0,2	10,86	12,25	-11,3
Rodaballo	2.658	2.496	6,5	9,00	10,58	-14,9
Salmón	15.773	16.521	-4,5	4,69	5,13	-8,6
Salmonete	3.040	4.159	-26,9	9,21	11,34	-18,8
Sardina	20.356	21.164	-3,8	2,84	2,44	16,4
Trucha	3.028	3.467	-12,7	3,23	3,13	3,2
Resto pescado fresco	23.605	26.253	-10,1	6,69	6,75	-0,9
Total pescado fresco	244.267	262.771	-7,0	5,44	5,71	-4,7

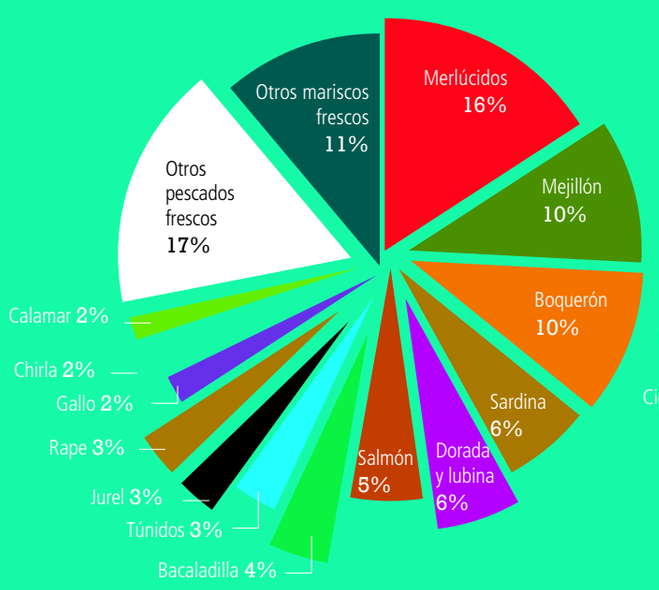
Red de Mercas

Comercialización y precios de marisco fresco/moluscos/cefalópodos

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
Marisco fresco	2012	2011	%12/11	2012	2011	%12/11
Almeja	6.280	6.795	-7,6	8,86	9,62	-7,9
Berberecho	1.456	2.037	-28,5	7,02	7,79	-9,9
Calamar	6.840	7.428	-7,9	8,85	9,00	-1,7
Cangrejo	1.101	1.105	-0,4	5,39	2,35	129,4
Chirla	7.036	7.201	-2,3	3,58	4,43	-19,2
Cigala	1.916	2.179	-12,1	21,36	22,66	-5,7
Gamba	3.814	4.191	-9,0	16,07	17,00	-5,5
Jibia o sepia	6.492	6.550	-0,9	6,72	6,82	-1,5
Langostino	830	774	7,2	17,98	20,65	-12,9
Mejillón	32.259	33.003	-2,3	1,51	1,50	0,7
Nécora	970	968	0,2	12,03	12,59	-4,4
Pulpo	2.492	3.067	-18,7	8,92	7,62	17,1
Resto marisco fresco	9.541	9.567	-0,3	9,04	9,12	-0,9
Total marisco fresco	81.027	84.865	-4,5	6,01	6,30	-4,6

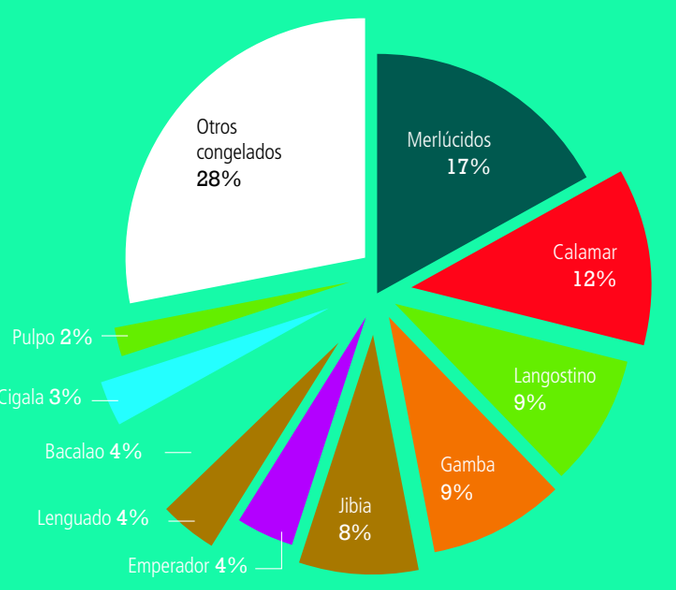
Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros frescos en 2012



Red de Mercas

Comercialización de productos pesqueros congelados en 2012



Red de Mercas

Comercialización y precios de productos pesqueros congelados

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
Congelados	2012	2011	%12/11	2012	2011	%12/11
Emperador/pez espada	4.280	4.007	6,8	6,15	6,48	-5,1
Lenguado	3.976	4.361	-8,8	7,16	6,06	18,2
Merluza	12.099	13.055	-7,3	4,23	4,35	-2,8
Pescadilla	5.121	5.289	-3,2	2,67	2,52	6,0
Calamar	12.718	12.866	-1,2	4,75	4,37	8,7
Cigala	2.795	2.682	4,2	10,55	10,62	-0,7
Gamba	9.270	9.656	-4,0	15,52	16,19	-4,1
Jibia o sepia	8.251	8.709	-5,3	4,84	4,81	0,6
Langostino	9.795	10.669	-8,2	9,85	9,31	5,8
Pulpo	2.194	2.416	-9,2	8,85	8,43	5,0
Volador o pota	1.400	1.792	-21,9	3,28	3,26	0,6
Resto pescado congelado	19.333	18.312	5,6	5,79	5,65	2,5
Resto marisco congelado	3.823	3.605	6,0	13,49	13,45	0,3
Resto congelados	9.281	7.119	30,4	4,14	4,06	2,0
Total congelados	**104.336**	**104.538**	**-0,2**	**6,90**	**6,83**	**1,0**
Total productos pesqueros	**429.630**	**452.174**	**-5,0**	**5,90**	**6,08**	**-3,0**

Red de Mercas

Comercialización de carnes. Mataderos y Mercados de Carnes. Toneladas

	Resto		Ovino		Porcino		Vacuno		Total	
Mercas	2012	%	2012	%	2012	%	2012	%	2012	%
Mercabarna	579	1,6	3.483	26,7	-	-	18.922	26,8	22.984	9,1
Mercamurcia	-	-	1.403	10,8	6.692	5,1	8.409	11,9	16.504	6,5
Mercavalencia	-	-	604	4,6	52.527	39,7	2.179	3,1	55.310	21,8
Mercazaragoza	814	2,2	5.230	40,1	23.350	17,6	6.895	9,8	36.289	14,3
M.Carnes Mercalaspalmas	820	2,2	28	0,2	1.843	1,4	1.538	2,2	4.229	1,7
M.Carnes Mercamadrid	35.134	94,1	2.282	17,5	47.947	36,2	32.567	46,2	117.930	46,6
Total Red	**37.347**	**100,0**	**13.030**	**100,0**	**132.359**	**100,0**	**70.510**	**100,0**	**253.246**	**100,0**

Red de Mercas

Número de cabezas (Mataderos)

	Resto		Ovino		Porcino		Vacuno		Total	
Mercas	2012	%	2012	%	2012	%	2012	%	2012	%
Mercabarna	2.554	43,9	274.739	31,3	-	-	76.683	57,4	353.976	18,6
Mercamurcia	-	-	133.145	15,2	60.308	6,8	25.920	19,4	219.373	11,5
Mercavalencia	-	-	50.274	5,7	546.907	61,8	8.701	6,5	605.882	31,8
Mercazaragoza	3.266	56,1	419.935	47,8	278.261	31,4	22.220	16,6	723.682	38,0
Total Red	**5.820**	**100,0**	**878.093**	**100,0**	**885.476**	**100,0**	**133.524**	**100,0**	**1.902.913**	**100,0**

Red de Mercas

Evolución de la comercialización de carnes[1]. Mataderos y Mercados de Carne. Toneladas

Mercas	2008	2009	2010	2011	2012
Mercabarna	31.513	26.967	27.160	25.865	22.984
Mercamurcia	16.741	15.573	17.405	17.627	16.504
Mercavalencia	59.149	53.010	52.538	55.177	55.310
Mercazaragoza	24.762	24.278	24.520	27.242	36.289
M.Carnes Mercalaspalmas	4.876	4.484	4.123	4.718	4.229
M.Carnes Mercamadrid	167.821	183.257	141.581	124.066	117.930
Total Red	**304.862**	**307.569**	**267.327**	**254.695**	**253.246**

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

Red de Mercas

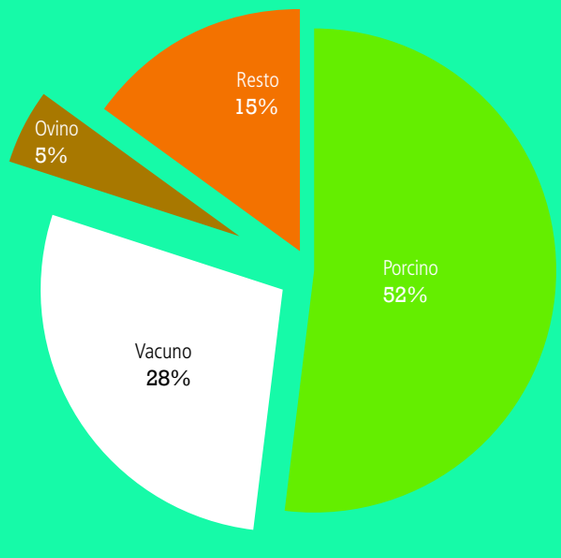
Comercialización y precios de las carnes

	Cantidades (toneladas)			Precios (euros/kilo)		
	2012	2011	% 12/11	2012	2011	% 12/11
Vacuno	70.510	83.509	-15,6	4,10	3,85	6,5
Porcino	132.359	120.546	9,8	2,06	1,90	8,4
Ovino	13.030	15.166	-14,1	6,74	6,68	0,9
Resto	37.347	35.474	5,3	2,34	2,47	-5,3
Total Red	**253.246**	**254.695**	**-0,6**	**2,95**	**2,90**	**1,7**

Red de Mercas

Comercialización de carnes 2012

Productos más representativos

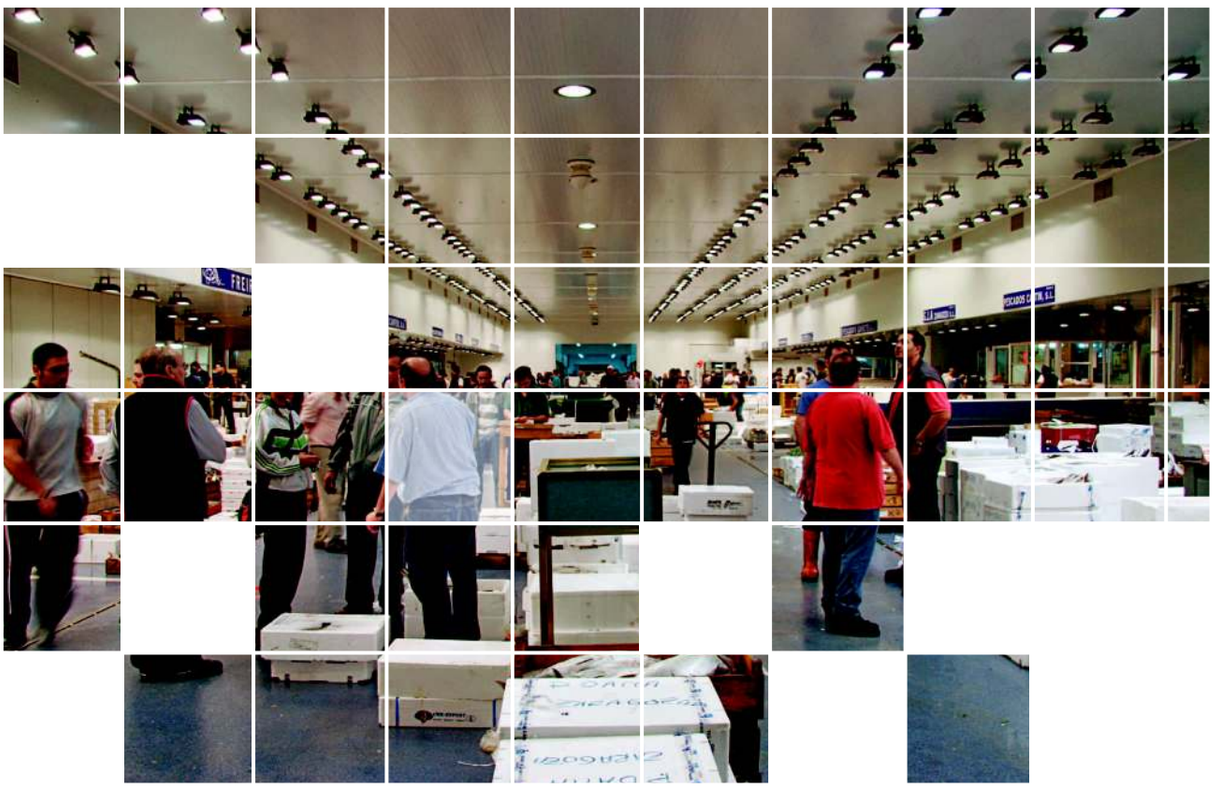


Red de Mercas

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

Total frutas y hortalizas, pescados y mariscos, carnes y otros productos de alimentación perecedera en 2012

Total perecederos	Toneladas	Millones de euros
Mercalgeciras	4.084	13,4
Mercalicante	73.147	97,7
Mercasturias	79.644	93,2
Mercabadajoz	11.309	14,4
Mercabarna	1.474.461	2.152,7
Mercabilbao	241.227	365,1
Mercacórdoba	64.401	69,6
Mercagalicia	57.071	49,6
Mercagranada	140.733	144,6
Mercairuña	35.315	53,9
Mercajerez	46.735	41,1
Mercalaspalmas	194.487	217,6
Mercaleón	22.495	38,6
Mercamadrid	1.495.063	2.602,1
Mercamálaga	227.813	487,3
Mercamurcia	104.898	202,2
Mercapalma	183.485	246,3
Mercasalamanca	55.044	53,6
Mercasantander	33.038	30,0
Mercasevilla	314.796	446,9
Mercatenerife	100.970	108,6
Mercavalencia	500.579	1.531,6
Mercazaragoza	178.564	410,7
Total	5.639.358	9.470,9

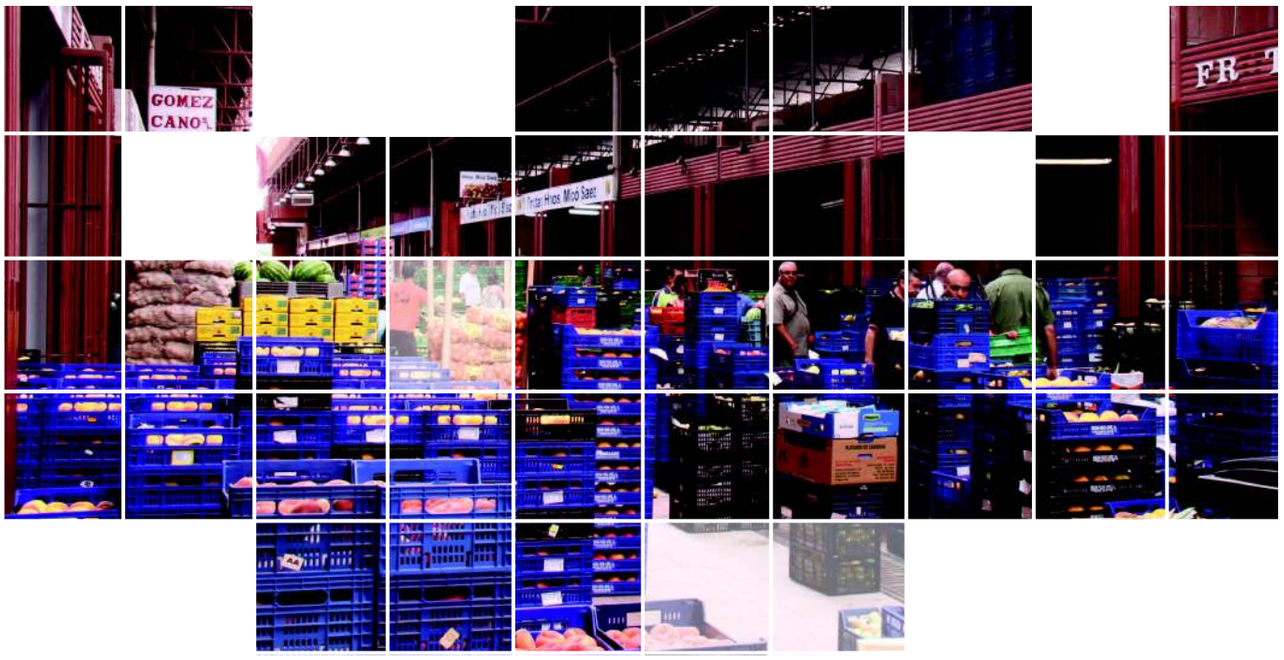


Red de Mercas

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

Frutas, hortalizas y patatas en 2012

	Toneladas	Millones de euros
Mercalgeciras	1.951	1,6
Mercalicante	68.187	78,3
Mercasturias	76.625	75,4
Mercabadajoz	10.230	9,5
Mercabarna	1.256.165	1.003,5
Mercabilbao	212.075	201,6
Mercacórdoba	56.799	42,6
Mercagalicia	56.869	48,4
Mercagranada	130.408	96,4
Mercairuña	31.849	31,2
Mercajerez	43.329	29,5
Mercalaspalmas	187.604	189,0
Mercaleón	17.417	18,2
Mercamadrid	1.143.081	1.098,6
Mercamálaga	162.192	193,6
Mercamurcia	77.771	71,0
Mercapalma	160.419	155,7
Mercasalamanca	52.710	40,8
Mercasantander	33.038	30,0
Mercasevilla	235.601	218,3
Mercatenerife	100.970	108,6
Mercavalencia	260.579	213,7
Mercazaragoza	104.045	94,6
Total	4.479.912	4.050,1



Red de Mercas

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

Pescados y mariscos en 2012

	Toneladas	Millones de euros
Mercalgeciras	2.133	11,8
Mercalicante	1.210	7,1
Mercasturias	3.019	17,8
Mercabadajoz	890	4,2
Mercabarna	162.500	953,9
Mercabilbao	29.152	163,5
Mercacórdoba	6.965	24,9
Mercagalicia	202	1,2
Mercagranada	10.325	48,2
Mercairuña	3.466	22,7
Mercajerez	326	1,5
Mercalaspalmas	2.655	15,7
Mercaleón	1.369	8,5
Mercamadrid	140.481	949,7
Mercamálaga	43.029	219,9
Mercamurcia	10.345	78,8
Mercapalma	7.915	46,7
Mercasalamanca	2.334	12,7
Mercasantander	20.081	77,9
Mercasevilla	184.672	1.098,8
Mercatenerife	23.518	153,1
Mercavalencia	260.579	213,7
Mercazaragoza	104.045	94,6
Total	656.588	3.918,7

Red de Mercas

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

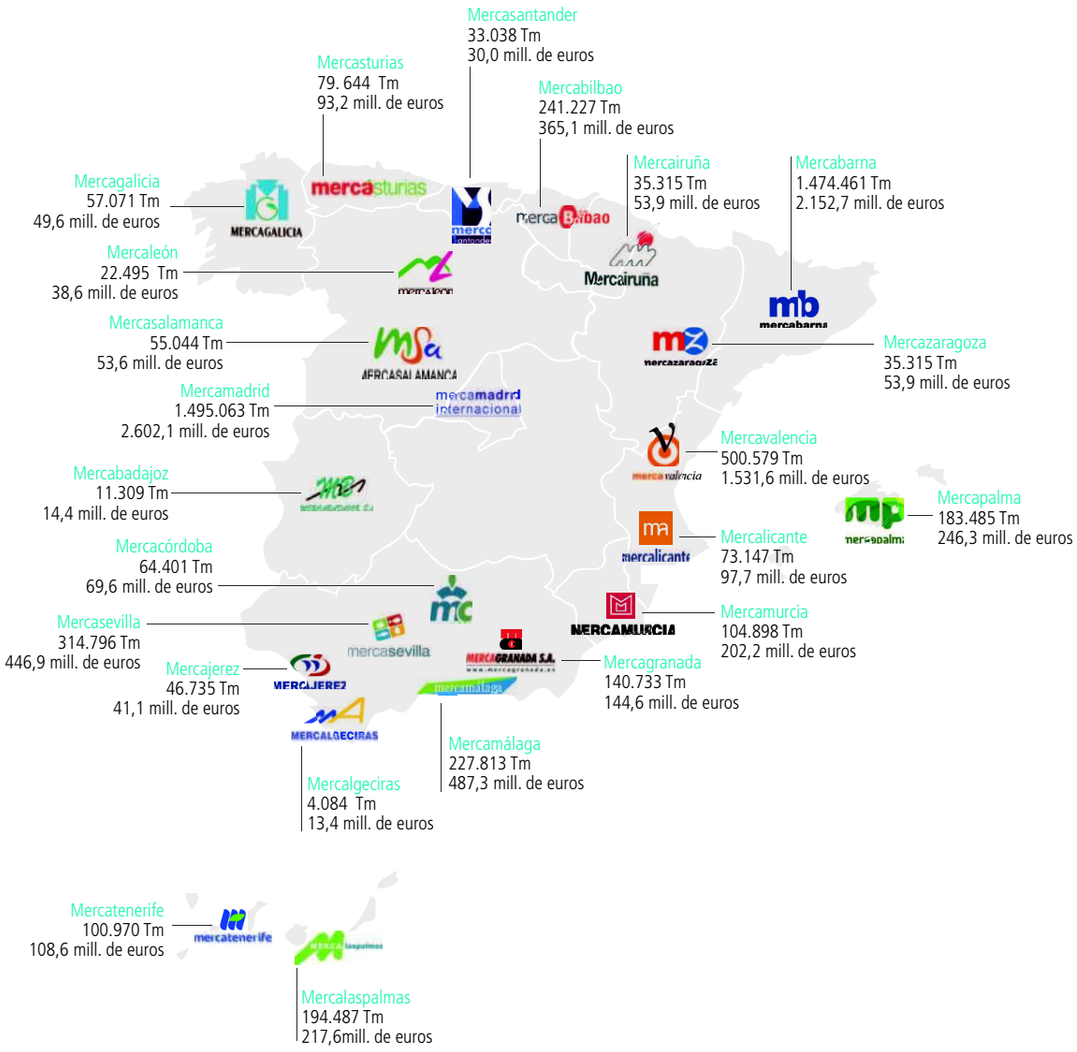
Carnes en 2012

	Toneladas	Millones de euros
Matadero Mercabarna	44.009	180,4
Matadero Mercamurcia	16.781	52,4
Matadero Mercavalencia	55.328	219,1
Matadero Mercazaragoza	47.837	155,9
Mercado de Carnes Mercalaspalmas	4.229	12,9
Mercado de Carnes Mercamadrid	128.553	420,4
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercalicante	3.750	12,3
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercabadajoz	188	0,7
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercacórdoba	637	2,1
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercajerez	3.080	10,1
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercalelón	3.583	11,7
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercamálaga	22.592	73,9
Instalaciones Cárnicas en ZAC Mercapalma (mat.gestión privada)	15.151	43,9
IInstalaciones Cárnicas en ZAC Mercasevilla (mat.gestión privada)	42.066	126,6
Total	387.783	1.322,4

Red de Mercas

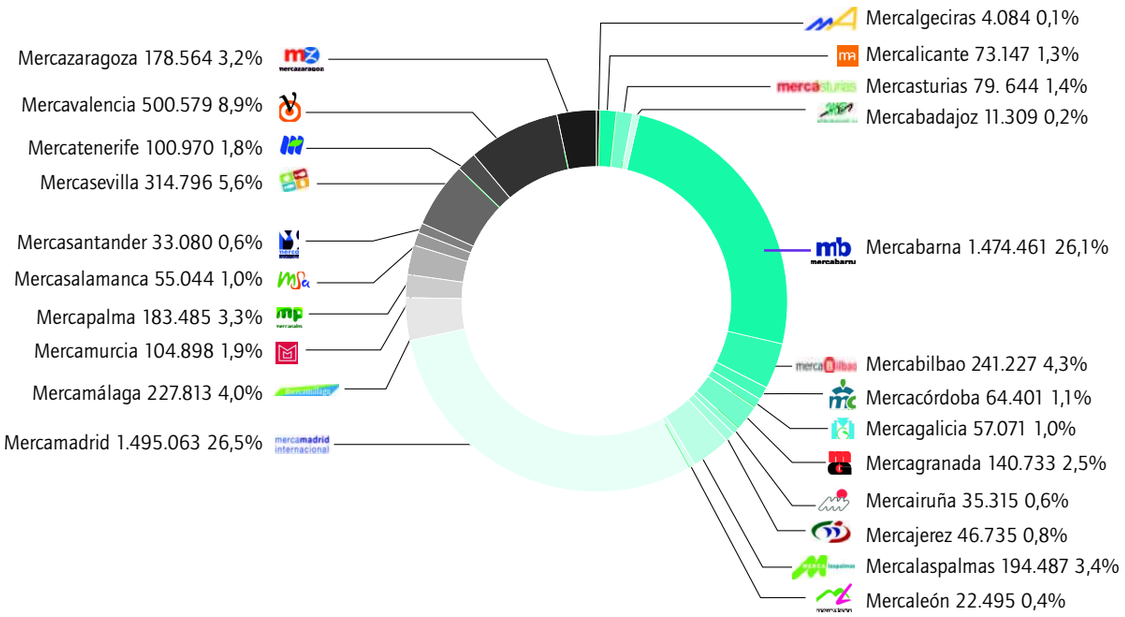
Volumen y valor de la comercialización en Mercados Mayoristas y Zonas de Actividades Complementarias

Total frutas y hortalizas, pescados y mariscos, y carnes en 2012



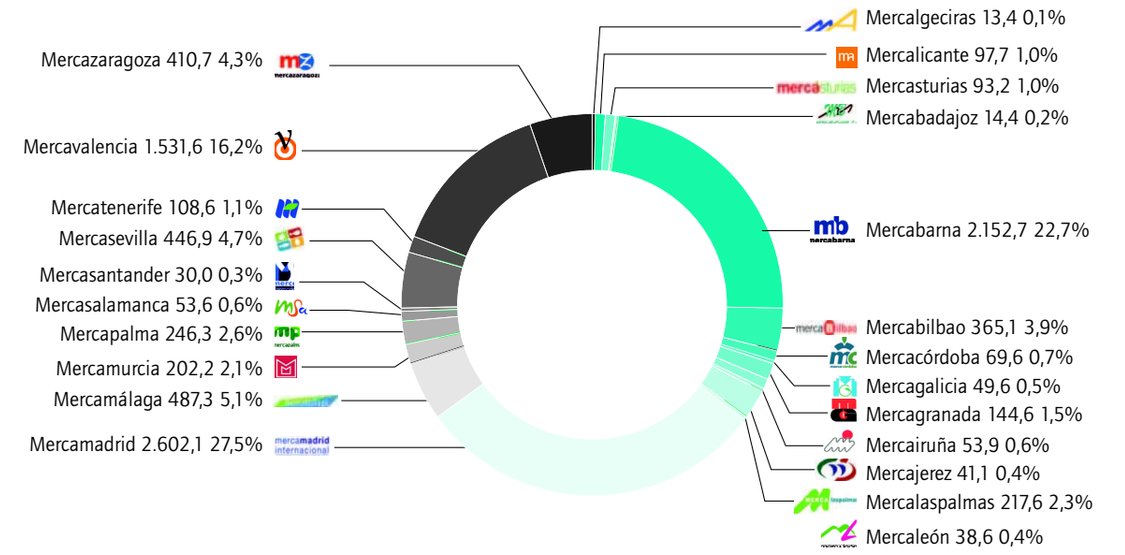
Volumen total de comercialización

Toneladas



Valor total de comercialización

Millones de euros



RED DE CENTROS COMERCIALES DE MERCASA



MERCASA

Contribución de **Mercasa** a la **vertebración** del comercio de proximidad



Gestión medioambiental
responsable en **equipamientos** minoristas



Contribución de Mercasa a la vertebración del comercio de proximidad

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 once Centros Comerciales, de los que ocho son explotados en arrendamiento y tres en propiedad.

Los centros propiedad de Mercasa son: CC Abierto Arrecife (Lanzarote), CC Getafe-3 (Getafe, Madrid) y CC Centre de la Vila (Barcelona). Por otro lado, los centros CC La Asunción (Jerez de la Frontera, Cádiz), CC Los Cipreses (Salamanca), CC S'Escorxador (Palma de Mallorca), CC La Máquina (Ponferrada, León), CC Opción (Asturias), CC La Plaza (Badajoz), CC La Plaza de Leganés (Leganés, Madrid) y CC Vicálvaro (Madrid) se encuentran en régimen de concesión.

El conjunto de los Centros Comerciales suma una superficie construida de 154.000 m² y una superficie bruta alquilable aproximada de 80.200 m², con algo más de 450 establecimientos comerciales, además de estands temporales que completan y amplían la oferta.

La actividad principal de la Red de Centros Comerciales es la alimentación, con un 41% de su superficie dedicada a hipermercados o supermercados, en función del tamaño del centro, y a tiendas especializadas de alimentación. El ocio también tiene una elevada presencia en nuestros centros, ocupando un 23% de la superficie total.

Durante el ejercicio 2012 se ha mantenido un nivel de ocupación bastante alto, a pesar del escenario económico adverso, que se ha situado en torno al 90% de la superficie bruta alquilable. Incluso se ha alcanzado el 100% de ocupación en algunos centros, como es el caso del CC La Plaza de Badajoz, el CC S´Escorxador y el CC Vicálvaro.

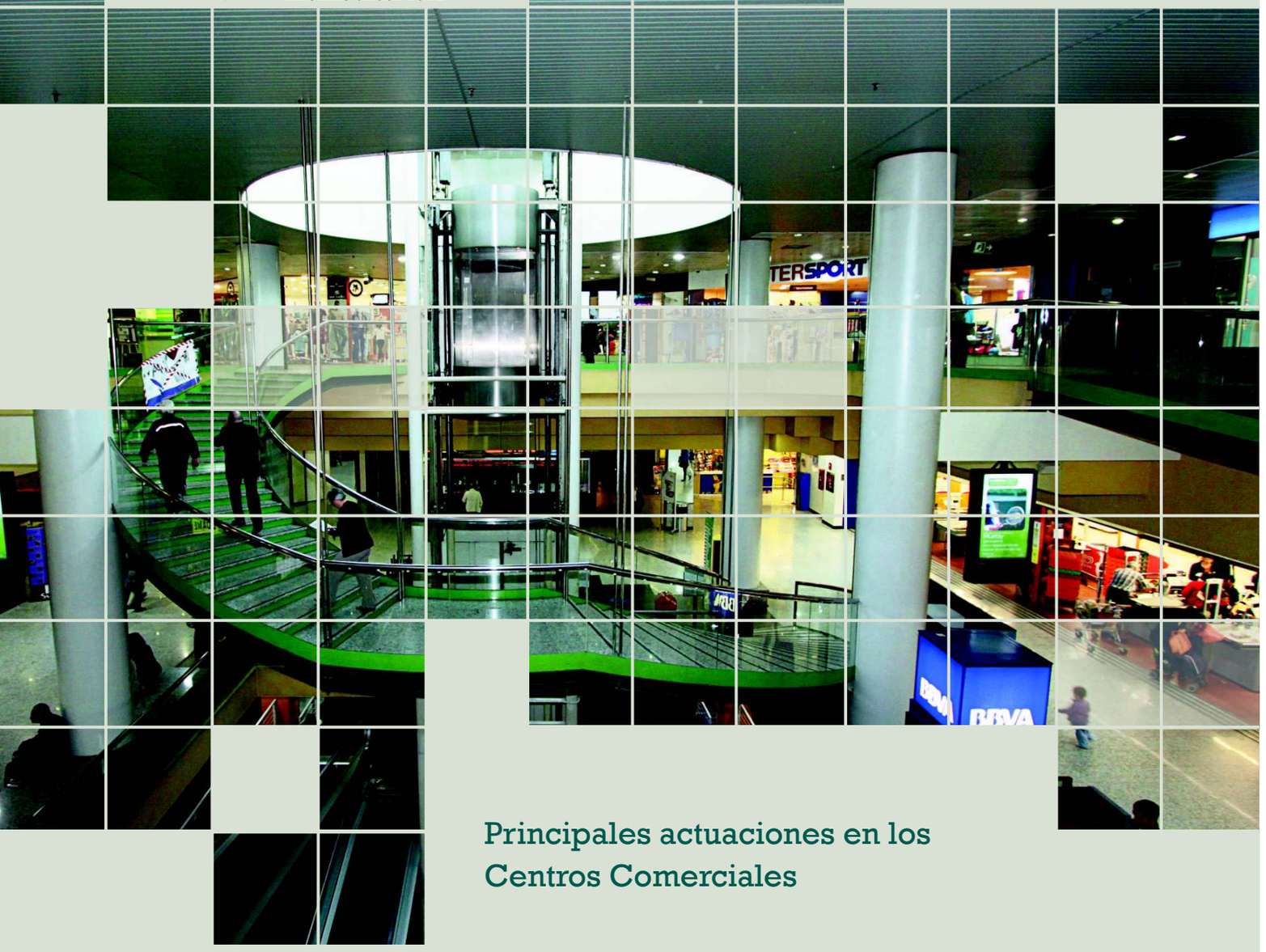
La mayor parte de los Centros Comerciales que componen la Red son, por su reducida dimensión (inferior a 4.000 m² construidos), centros comerciales de barrio. Se caracterizan por su cercanía y trato personalizado, así como por una oferta variada. Este grupo de centros son: La Asunción (Jerez de la Frontera), 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 solo con instalaciones de ocio, sino también con las grandes enseñas de distribución detallista.



La actividad principal de la Red de Centros Comerciales es la alimentación, con un 41% de su superficie dedicada a hipermercados o supermercados, en función del tamaño del centro, y a tiendas especializadas de alimentación. El ocio también tiene una elevada presencia en nuestros centros, ocupando un 23% de la superficie total



Principales actuaciones en los Centros Comerciales

La inversión para la mejora y renovación de las instalaciones de los Centros Comerciales de toda la Red de Mercasa se lleva a cabo de manera continua y permanente. Pero las principales actuaciones no solo están encaminadas a esa renovación con el propósito de mantener unas instalaciones en óptimo estado y adecuadas al servicio que se quiere ofrecer a los visitantes de nuestra Red de Centros Comerciales, también se invierte en actos de promoción que nos permitan explotar nuevas oportunidades ofreciendo campañas promocionales específicas. Todos estos trabajos persiguen el objetivo de aumentar el atractivo comercial de nuestros centros, reflejado en una continua mejora de su imagen y sus infraestructuras.

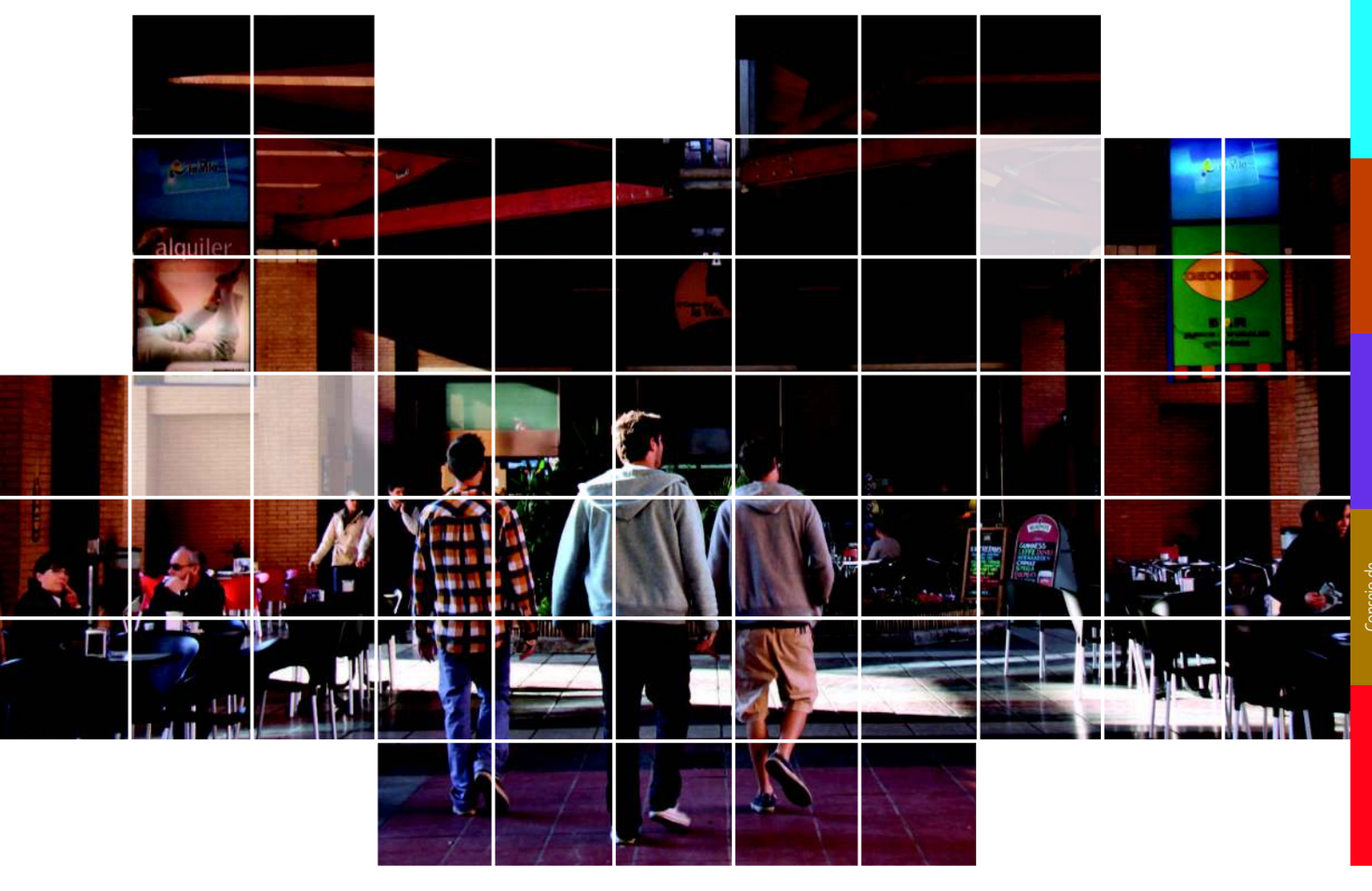
A lo largo del año 2012 se han llevado a cabo numerosas inversiones y actuaciones en toda la Red de Centros Comerciales:

- CC Arrecife
  Se ha procedido a la remodelación de tres locales comerciales para su mejor comercialización.
- CC Getafe-3
  Es habitual que el CC Getafe-3 sea el más activo de todos los centros de la Red en la consecución de inversiones. Entre todas, cabe destacar las efectuadas para la sustitución de las farolas exteriores y de puertas automáticas y las relacionadas con el sistema de climatización del centro. Aunque, sin duda, la actuación más importante llevada a cabo a lo largo de 2012 está relacionada con la planificación de las obras realizadas en el aparcamiento del centro, habiéndose iniciado los trámites para la remodelación del mismo, con el objetivo de adecuar el pavimento para una mejor accesibilidad y adaptarlo a las necesidades actuales del parque automovilístico y a la posibilidad de incorporar una nueva actividad productiva en una parte de la superficie del propio aparcamiento exterior.
- CC S´Escorxador
  A principios de 2012, y debido a una avería, se tuvieron que realizar obras de reparación en la canalización del agua en el subsuelo del centro con carácter de urgencia, aprovechando las mismas para mejorar la instalación incorpo-

La inversión para la mejora y renovación de las instalaciones de los Centros Comerciales de toda la Red de Mercasa se lleva a cabo de manera continua y permanente

rando válvulas de corte sectorizadas. Además, se está estudiando la sustitución de las luminarias, para la paulatina incorporación de bombillas tipo LED, que supondrían un importante ahorro energético.

- CC La Asunción
  Se ha procedido a la sustitución de las puertas automáticas del acceso lateral, mejorando el rendimiento de la climatización y posibilitando un mejor cerramiento del centro. También se han realizado trabajos de renovación de la fachada.
- CC Opción
  Se han reparado goteras existentes en la cubierta del centro y también se ha llevado a cabo la reparación y sustitución de los lucernarios dañados debido a una fuerte granizada.
- CC Centre de La Vila
  Se ha efectuado una importante inversión para la sustitución de luminarias por iluminación tipo LED en el aparcamiento, inversión orientada a la eficiencia y el ahorro energético en el centro.
- CC La Plaza de Leganés
  Se han efectuado trabajos de reparación de goteras.
- CC Vicálvaro
  El trabajo más importante acometido en este centro ha sido la reparación de la torre de refrigeración general del centro y la instalación de equipos auxiliares para el aire acondicionado de los locales.





Mercasa impuls
siempre con el
potenciar la act

Promoción de la actividad comercial

En cuanto a los diferentes actos promocionales y campañas que se han realizado en la Red de Centros Comerciales, además de las acciones que se desarrollan en campañas navideñas, día del padre, etc., la oferta de actividades ha sido de lo más variada, siempre con el objetivo responsable de contribuir, desde la gestión de los centros, a potenciar la actividad comercial de los establecimientos ubicados en cada centro:

- **CC Arrecife**. Ha participado en el desfile de Carnaval que organiza el Ayuntamiento, a través del patrocinio de una de las carrozas y del traje de Reina del Carnaval. Además, en el año 2012, se organizó en el centro una campaña de recogida de alimentos para los más desfavorecidos, en colaboración con una asociación local.
- **CC Getafe-3**. Las campañas de publicidad y marketing en el centro han sido numerosas a lo largo de todo el año, adaptándose a las necesidades de los comerciantes en todo momento. Así, se han realizado campañas de promoción durante los periodos de rebajas, con el sorteo de cheques-regalo a canjear en el Centro Comercial y la difusión en distintos medios publicitarios. Se han llevado a cabo actuaciones durante el día del padre, día de la madre, San Valentín, Carnaval y Navidades. Igualmente, en los meses de verano se ha reforzado la oferta comercial con terrazas exteriores y en septiembre se llevó a cabo una acción promocional con el objetivo de estimular la actividad de comerciantes y aumentar el interés de los visitantes al centro con motivo de la vuelta al cole. Además, la participación del centro con diferentes instituciones y organizaciones ha sido permanente. Ha colaborado con el Ayuntamiento de Getafe en el patrocinio de una carroza para la Cabalgata de Reyes y otra para las fiestas locales de Getafe, exhibiendo la imagen corporativa del centro. También ha colaborado con el Club Deportivo de Getafe en la celebración del Duatlón Villa de Getafe y, además, ha participado como principal patrocinador en la tradicional Fiesta de la Bicicleta, evento deportivo muy arraigado en la localidad desde hace años.
- **CC La Máquina**. Durante el periodo de vacaciones navideñas, el centro ha contado con una ludoteca en la que se han ofrecido numerosas actividades para niños de 3 a 12 años.
- **CC Opción**. Las actividades y campañas comerciales efectuadas en el centro han sido muy variadas. Entre todas ellas ha cobrado espe-

sa actos promocionales y campañas en la Red de Centros Comerciales, objetivo responsable de contribuir, desde la gestión de los centros, a tividad comercial de los establecimientos ubicados en cada centro

cial importancia la campaña de primavera, en la que se sortearon cheques-regalo para realizar compras en los establecimientos del centro y que contó con una gran acogida, tanto por los comerciantes como por los visitantes. Además, en colaboración con el Ayuntamiento, el CC Opción participó en el patrocinio de la media maratón de Gijón. También se han realizado diversos actos para los más jóvenes, como las diferentes actividades propuestas en Carnaval, destacando la chocolatada para todos los niños que acudieran disfrazados al centro. Asimismo, durante los meses de otoño e invierno se ha reforzado la oferta del centro con actividades lúdicas variadas para niños de 3 a 12 años durante todos los fines de semana.

- CC S´Escorxador. Lo más destacable en este centro ha sido la original campaña "Ponte en forma", que se ha realizado durante el año 2012 en dos periodos, de febrero a junio y de octubre a diciembre, con el objetivo de fomentar la práctica del deporte, dirigido a un público familiar y animando a visitantes de todas las edades a realizar divertidos ejercicios al aire libre, promoviendo deporte y diversión en un solo espacio. Comprendiendo actividades deportivas de lo más variadas y adaptadas a todas las edades, ha tenido una gran aceptación por parte de los visitantes. Además, con motivo del cambio de operador en las salas de cine del centro se llevó a cabo una fiesta presentación que alcanzó una importante repercusión en diversos medios de comunicación, tanto a nivel local como nacional, contando con numerosas actividades dirigidas a los amantes del cine y la asistencia de actores y directores nacionales.
- CC Vicálvaro. En colaboración con la Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al Día" se realizó en el Centro de Vicálvaro la campaña "Madrid Fruit Market Fashion Week", iniciativa que se llevó a cabo en 28 mercados madrileños con actividades lúdicas, culturales e informativas dirigidas a todos los públicos. Buena parte de esta campaña se centra en estimular el consumo de fruta entre los más pequeños, mostrando los beneficios de comer sano de una manera divertida. Por otra parte, el centro también colabora con la Asociación Española contra el Cáncer, facilitándoles un espacio gratuito para la ubicación de una mesa de información y recogida de donativos.
- CC La Plaza de Leganés. Se organizó una campaña con motivo del 25 aniversario del centro que consistió en el sorteo de cheques-regalo para gastar en los establecimientos del Centro Comercial por valor de 4.000 euros. Además, este centro también colabora con la Asociación Española de Esclerosis Múltiple, cediendo a la misma un espacio gratuito donde poder realizar sus campañas informativas.

A finales de 2012 ha terminado el periodo de concesión de dos de nuestros centros comerciales: CC Vicálvaro y CC La Plaza de Leganés. Actualmente, la concesión del CC La Plaza de Leganés se ha prorrogado, a la espera de la licitación por parte del Ayuntamiento.



Uno de los objetivos estratégicos de Mercasa es el ahorro y eficiencia energética, que en el caso de los Centros Comerciales conlleva inversiones y actuaciones para utilizar de manera responsable cada uno de los recursos minimizando el impacto medioambiental de todas y cada una de nuestras actividades

Responsabilidad social corporativa y gestión medioambiental en los Centros Comerciales de Mercasa

Uno de los objetivos estratégicos de Mercasa es el ahorro y eficiencia energética, que en el caso de los Centros Comerciales conlleva inversiones y actuaciones para utilizar de manera responsable cada uno de los recursos minimizando el impacto medioambiental de todas y cada una de nuestras actividades.

Las labores llevadas a cabo en este sentido se han centrado fundamentalmente en la reforma y renovación de infraestructuras que afectan de manera directa al consumo energético, incluida la rehabilitación de la envolvente térmica de los Centros Comerciales de Mercasa, la mejora de la eficiencia energética de las instalaciones de climatización y de iluminación en el interior de los centros.

En 2012, estas medidas de ahorro energético y respeto medioambiental se han visto materializadas en actuaciones concretas en diversos centros, entre las que destacan las siguientes:



- Se ha procedido a 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. Donde más importancia han cobrado este tipo de actuaciones, ha sido en los Centros Comerciales Getafe-3, La Asunción y Centre de La Vila.
- Además, existe una estrecha colaboración entre los distintos centros y los ayuntamientos para el fomento del reciclado. En este aspecto, Mercasa colabora con los distintos ayuntamientos facilitando espacios donde ubicar contenedores de reciclaje, en zonas que resultan accesibles a los consumidores, facilitando la labor del reciclado y promoviendo así una mayor conciencia y preocupación entre los visitantes a nuestros centros. De igual manera, nuestros centros colaboran con diferentes asociaciones y ONG, como Cruz Roja, Unicef o Asociación Española de Lucha contra el Cáncer y asociaciones de carácter local, a través de la cesión de espacios y el patrocinio de numerosas campañas con fines sociales, culturales y deportivos, facilitando la difusión de sus proyectos, recaudación de fondos, sensibilización de la población, etc.

Cabe destacar la función social de la Red de Centros Comerciales como generador de empleo, tanto por las contrataciones de Mercasa como por las de las empresas que desarrollan su actividad en nuestros centros. El año 2012 ha cerrado con un total de 1.528 puestos de trabajo, de los cuales el 60% son mujeres.

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	8.061	83	35%	1	2%	4	14%	18	1%	1	3%	7	13%	4	11%	12
La Asunción	Jerez de la F. - Cádiz	2.290	32	58%	1	8%	6	11%	9	3%	2	6%	4	4%	1	6%	8
Los Cipreses	Salamanca	5.804	27			1%	2			32%	1	13%	2	8%	3	0%	1
S' Escorxador	Palma de Mallorca	5.965	32	17%	1	1%	1	0%	2			25%	2	32%	20	26%	8
Getafe-3	Getafe - Madrid	27.476	89	56%	1	3%	9	1%	6	4%	4	10%	21	19%	26	4%	32
La Máquina	Ponferrada - León	1.886	12	51%	1	7%	4					5%	3	32%	3	0%	
Opción	Gijón - Asturias	4.469	18	32%	1					35%	2	11%	2	4%	1	1%	3
La Plaza de Badajoz	Badajoz	1.790	18	50%	1	19%	4	1%	1	4%	2	10%	5	14%	3	21%	3
La Plaza de Leganés	Leganés - Madrid	2.999	29	68%	1			4%	3			6%	5	14%	10	4%	5
Vicálvaro	Madrid	2.260	26	47%	1	1%	1	7%	4			25%	11	7%	2	16%	24
La Vila	Barcelona	17.397	86	21%	2	2%	4	4%	6	1%	2	13%	25	48%	27	3%	9
		80.397	452	38%	11	3%	35	3%	49	6%	14	11%	87	23%	100	6%	105
																91%	401
	Superficies			30.737		2.211		2.658		4.741		8.713		18.691		5.115	
				72.865													
	AMPLIACIÓN G3	19.942,39	72														
	TOTAL RED+AMPL.	100.339,28	524														

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	
		46%	12	37%	37	9%	7	35%	1	38%	41
		59%	3	38%	28			60%	5	37%	26
8%	2	32%	2	6%	5	8%	2	32%	2	6%	5
0%	1	53%	23	48%	10	0%	1	53%	21	48%	12
63%	7	22%	50	12%	41	11%	15	73%	38	14%	45
51%	1	2%	1	42%	9			58%	3	37%	8
		32%	3	50%	6			32%	3	50%	6
53%	2	7%	4	60%	13			70%	6	50%	13
		71%	5	25%	19			71%	5	25%	19
		59%	20	44%	23	5%	2	63%	22	36%	19
1%	1	53%	11	39%	63	2%	4	51%	7	40%	64
25%	14	38%	134	29%	254	6%	31	57%	113	29%	258
				91%	402					91%	402
19.717		30.519		22.966		4.657		45.465		23.079	
73.202						73.201					

Claves procedencia:

INT: internacional

NAC: nacional o regional

LOC: local

Claves operador:

FRQ: franquicia

CAD: cadena

COI: comercio independiente



MERCASA

MERCADOS MINORISTAS

Mercasa potencia los **Mercados Minoristas** como **canal** de **distribución** de productos frescos



Colaboración con instituciones públicas y comerciantes



Remodelación y modernización de Mercados Minoristas

Mercasa potencia los Mercados Minoristas como canal de distribución de productos frescos, a través de su Programa de Remodelación de Mercados Municipales Minoristas, mediante el cual mantiene una estrecha colaboración con ayuntamientos, comunidades autónomas y asociaciones de comerciantes para la modernización de este formato comercial.

Nos avala una larga experiencia, que ha permitido a Mercasa formar parte de la remodelación de más de 180 mercados en toda España, siendo la empresa líder en la implantación de procesos de transformación y modernización de mercados municipales.

Mercasa, acorde con la vocación de servicio público, ha concretado numerosos convenios de colaboración con instituciones públicas, con el objetivo de favorecer mejoras en este formato. Estos convenios son:

- Convenio de colaboración firmado con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) cuyo objeto fue 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 minoristas municipales, los centros comerciales, el fomento de mejores hábitos de consumo y la integración de aquellos centros en su entorno.
- El convenio marco de colaboración firmado con la Federación de Empresarios de Burgos (FEC), cuyo objeto ha sido la colaboración mutua en el desarrollo e implementación de asistencia técnica a mercados minoristas.
- Convenio marco de colaboración firmado con la Unión de Profesionales de Trabajadores Autónomos (UPTA), cuyo objeto ha sido la colaboración en materia de distribución minorista y especialmente en materia de mercados minoristas.
- Convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Lleida para la mejora de los mercados de Lleida, 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.
- Convenio con el Ministerio de Fomento orientado a impulsar la rehabilitación de mercados minoristas municipales ubicados en edificios de singularidad histórico- artística.
- Convenio 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.

En cuanto a las actuaciones realizadas en los Mercados Minoristas, cabe destacar la inauguración del Mercado de Valdespartera en la ciudad de Zaragoza, del que Mercasa fue impulsor, a través de un acuerdo de colaboración con el Ayuntamiento de esta ciudad y Mercazaragoza. Este mercado dota a un barrio de nueva construcción de un equipamiento comercial de 5.500 metros cuadrados, que incluye supermercado, comercio especializado de alimentación y otros servicios complementarios.

Otras actuaciones desarrolladas durante 2012 son:

- Asistencia técnica del Mercado de Cehegín (Murcia).
- Estudio de viabilidad del Mercado de Maignon de Badalona (Barcelona) y proceso de desarrollo de la remodelación de otros mercados de la ciudad.
- Estudio de viabilidad del nuevo Mercado de Castelldefels (Barcelona).
- Estudio de viabilidad del Mercado de Calatrava en Mérida (Badajoz).

Durante 2012 se continuó prestando asistencia técnica directa a los ayuntamientos de:

- Burgos: Gerencia del Mercado Sur de Burgos.
- Contactos institucionales y técnicos con los ayuntamientos de: Puerto de Santa María, Ibiza, La Laguna, Gandía, Torrelavega, Medina del Campo y Ávila.

Mercasa ha participado en la remodelación de más de 180 mercados en toda España, siendo la empresa líder en la implantación de procesos de transformación y modernización de mercados municipales





La media diaria de afluencia de compradores es de unas 55.000 personas

MERCASA

ACTIVIDAD INTERNACIONAL



Mercasa refuerza
su actividad internacional
creciendo en
nuevos mercados

Mercasa es una de las empresas
más **especializadas**
del mundo en la gestión de
estructuras comerciales
de alimentación o polígonos
alimentarios



Mercasa refuerza su actividad internacional creciendo en nuevos mercados

Mercasa inició en 2012 una nueva etapa de impulso y proyección a su actividad internacional, desarrollando una amplia y ambiciosa estrategia de crecimiento y desarrollo de nuevos mercados, habiendo identificado oportunidades de negocio, en distintos niveles de desarrollo, en países como Brasil, RD Congo, Azerbaiyán, Sudáfrica, Filipinas, Kuwait, Moldavia, Costa de Marfil o Cabo Verde.

La actividad exterior de Mercasa se centra en la consultoría, formación, ingeniería y asistencia técnica, así como en el diseño y construcción de nuevos mercados y plataformas alimentarias, en la modalidad llave en mano. Mercasa es una de las empresas más especializadas del mundo en la gestión de estructuras comerciales de alimentación o polígonos alimentarios.

Mercasa ha trabajado durante los últimos años en más de 20 países. La empresa cuenta con una profunda experiencia en América Latina (República Dominicana, Panamá, Costa Rica, México, Ecuador, Perú, Argentina, Brasil o, más recientemente, Chile y Uruguay) así como en ciertos países de África (Angola, Argelia y Cabo Verde) y de Europa Central y del Este (Hungría, Polonia y Georgia), y en la Federación Rusa.

Mercasa trabaja con clientes públicos, privados y organismos internacionales. Los proyectos internacionales normalmente están financiados o ejecutados por organismos internacionales, gobiernos nacionales y municipales o instituciones semipúblicas con responsabilidad en la ordenación y distribución comercial alimentaria, tales como el Banco Interamericano de Desarrollo, la Comisión Europea, la Corporación Andina de Fomento, el Ministerio de Comercio de Angola, el Ministerio de Agricultura de República Dominicana o de Georgia, la Secretaría de Pesca de Chile o la Agencia Federal de Pesca de la Federación Rusa, el Ministerio de Presidencia de Panamá o la Municipalidad de Lima, entre otras.

Mercasa tiene una oficina permanente en Panamá y en Chile, y representantes en República Dominicana y Angola (a través del consorcio Mercasa-Incatema) y en Perú. Normalmente, Mercasa desarrolla los proyectos internacionales en colaboración o asociación con otras



empresas españolas e internacionales que aportan su conocimiento del país donde se actúa y experiencia en consultoría internacional. En junio de 2013 se va a iniciar un proyecto en Uruguay para la creación de la Unidad Alimentaria de Montevideo, con la colaboración de Mercabarna y de Deloitte-Uruguay.

La actividad internacional de Mercasa se ve reforzada por su participación activa en la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM), cuyo actual presidente, desde mayo de 2013 y por el periodo de dos años, Manuel Estrada-Nora, es jefe del Departamento Internacional de Mercasa. Este organismo internacional agrupa a 200 mercados de más de 50 países de todo el mundo que comercializan productos alimentarios a una población total de más de 850 millones de habitantes.

En todos los casos, Mercasa actúa, en el marco de sus actividades y compromisos internacionales, sobre todo en los países en vías de desarrollo, con el mayor respeto a los derechos humanos y a las normas laborales internacionales, así como con la máxima exigencia sobre la protección del medio ambiente.

La actividad exterior de Mercasa se centra en la consultoría, formación, ingeniería y asistencia técnica, así como en el diseño y construcción de nuevos mercados y plataformas alimentarias, en la modalidad llave en mano



La formación de gestores y operadores es fundamental para el éxito de los proyectos internacionales

La actividad internacional de Mercasa incluye de manera creciente el desarrollo de cursos de formación para gestores y operadores de los mercados mayoristas y minoristas, como parte fundamental para la puesta en marcha con la eficiencia necesaria de los nuevos equipamientos que se van construyendo. En tal sentido, durante 2012 se desarrollaron, entre otras, las siguientes acciones formativas realizadas por directivos y técnicos de Mercasa y la Red de Mercas.

- Acciones formativas para la dirección y gestión de la Red de Mercados Minoristas de Panamá y del mercado mayorista Mercapanamá. En marzo de 2012 se desarrolló en España, en Burgos y Madrid, una semana de formación dirigida a técnicos de la Secretaría de Cadena de Frío y a los futuros gerentes que desempeñarán su labor en los mercados minoristas de la Red de Mercados Minoristas (Municipios de David y de La Chorrera). En Burgos se visitó el Mercado Sur, y en Madrid, con el objetivo de completar al máximo la formación práctica de los técnicos y futuros gerentes, se visitaron los mercados de San Antón,

La actividad internacional de Mercasa incluye de manera creciente el desarrollo de cursos de formación para gestores y operadores de los mercados mayoristas y minoristas, como parte fundamental para la puesta en marcha con la eficiencia necesaria de los nuevos equipamientos que se van construyendo

Chamartín y el Mercado de las Maravillas, distintos modelos de mercados que contribuyeron a reforzar los contenidos del curso.

- Plan formativo para los operadores de los mercados minoristas que se integren en la Red de Mercados Minoristas de Panamá.

  Mercasa presentó un plan formativo para los operadores de los mercados minoristas que se integren en la Red de Mercados Minoristas de Panamá, a realizar en paralelo a la construcción de los mercados.

- Desarrollo y finalización de la encomienda de gestión Mercasantodomingo: Planificación Mercasantodomingo e implementación Curso de Formación Mercados Minoristas.

  La Secretaría de Estado de Comercio Exterior encomendó a Mercasa, en septiembre de 2011, la prestación de apoyo técnico a PROMEFRIN, institución dependiente del Ministerio de Agricultura del Gobierno de República Dominicana, para la puesta en marcha de Mercasantodomingo, con formación sobre procedimientos de gestión, reglamentos de funcionamiento, capacitación de personal directivo; así como de la gestión de los mercados minoristas y la constitución de una sociedad estatal (Mercadom) que dé cobertura a las actividades públicas en mercados mayoristas o minoristas en República Dominicana.





Aportaciones del Consorcio Mercasa Incatema para mejorar la eficiencia de la cadena alimentaria

El Consorcio Mercasa Incatema refuerza la actividad internacional que Mercasa realiza de forma directa. Su objetivo es el diseño, construcción, instalación y explotación de mercados de abastecimiento mayoristas y minoristas, de plataformas logísticas de alimentación y el desarrollo de cualquier otra estructura de distribución comercial alimentaria, mediante la ejecución de proyectos llave en mano.

Entre las principales actuaciones realizadas en 2012 por el Consorcio Mercasa Incatema destacan las siguientes:

ANGOLA

En Angola se retomaron durante el año 2012 las conversaciones para la puesta en marcha de la nueva fase del Centro Logístico y de Distribución (CLOD) de Luanda, sobre todo a partir de la toma de posesión del nuevo Gobierno salido de las elecciones celebradas en agosto, fruto de las cuales ha sido la reciente suscripción con la nueva ministra de Comercio de un contrato para ejecución de la misma por un importe de 145 millones de dólares, proyecto que cuenta con financiación del Deutsche Bank y con cobertura de CESCE, y cuyas obras se espera poner en ejecución a mediados del presente ejercicio.

EL SALVADOR

La denominada Área Metropolitana de San Salvador, capital de la República de El Salvador, comprende 14 municipios que forman el llamado Consejo de Alcaldes del Área Metropolitana de San Salvador (COAMSS), interesado en la construcción de una central de abastos que cubra sus necesidades de distribución alimentaria mayorista.



Las relaciones del Consorcio Mercasa Incatema con el COAMSS datan de 2009, pero ha sido durante el ejercicio 2012 cuando las mismas parecen haber tomado un camino que puede fructificar tanto en la construcción de dicha central de abastos como en la de varios mercados municipales en la capital, San Salvador.

SENEGAL

Durante el ejercicio de 2012, Consorcio Mercasa Incatema Consulting, SRL ha mantenido contactos con el ministro de Planificación Económica de la República de Senegal para la construcción en Dakar de un Mercado de Interés Nacional (MIN) de gran entidad, dada la población estimada de 7 millones de habitantes a los que habría de proporcionar una adecuada distribución alimentaria. Se espera que las conversaciones fructifiquen en algún memorando de entendimiento en el transcurso del año 2013.

MOZAMBIQUE

Próximo ya a finalizar el ejercicio se atendió la invitación de los alcaldes de Maputo y de Matala, en Mozambique, de visitar sus respectivos municipios para negociar un memorando de entendimiento para la construcción de un mercado mayorista en los límites de sus respectivos términos y la remodelación del Mercado Central de Maputo. Se espera que en el transcurso del año en que estamos tales negociaciones fructifiquen en la firma de algún tipo de acuerdo.

ECUADOR

Con respecto a Ecuador, en agosto de 2007 se realizó, por encargo de la Empresa de Desarrollo Urbano de Quito, un estudio de viabilidad comercial para la implantación de una Unidad Alimentaria en el distrito metropolitano de Quito, comprensivo de un análisis e investigación sobre agentes de comercialización y propuestas de dimensionamiento y de un estudio de viabilidad comercial y modelo de gestión.

Recientemente se han retomado los contactos con las autoridades competentes, que se espera fructifiquen igualmente durante el presente ejercicio en la firma de algún tipo de acuerdo.

REPÚBLICA DOMINICANA

Finalización del Mercado Minorista de Cristo Rey, así como más de un 90% del total del Mercado de La Duarte. Inicio de negociaciones con el Gobierno dominicano para el desarrollo de un plan nacional de reforma del sistema nacional de distribución de alimentos perecederos, que conllevaría la construcción de varios mercados mayoristas, múltiples mercados minoristas y mataderos.

MERCASA



INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN



Servicio público para
mejorar el **conocimiento** de
la **cadena** alimentaria



Información y promoción en la cadena alimentaria

A lo largo de 2012, Mercasa continuó desarrollando las actividades de servicio público que presta la empresa orientadas a mejorar el conocimiento del sistema agroalimentario en su conjunto y, de manera especial, de la cadena comercial de alimentos frescos.

En este ámbito se incluyen las publicaciones periódicas que edita Mercasa: la revista *Distribución y Consumo*, que en 2012 llegó a su número 125, tras veintiún años editándose; y el anuario *Alimentación en España*, que en 2012 llegó a su edición número 15 y que fue presentado en un acto público presidido por el ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; el presidente de SEPI y el presidente de Mercasa.

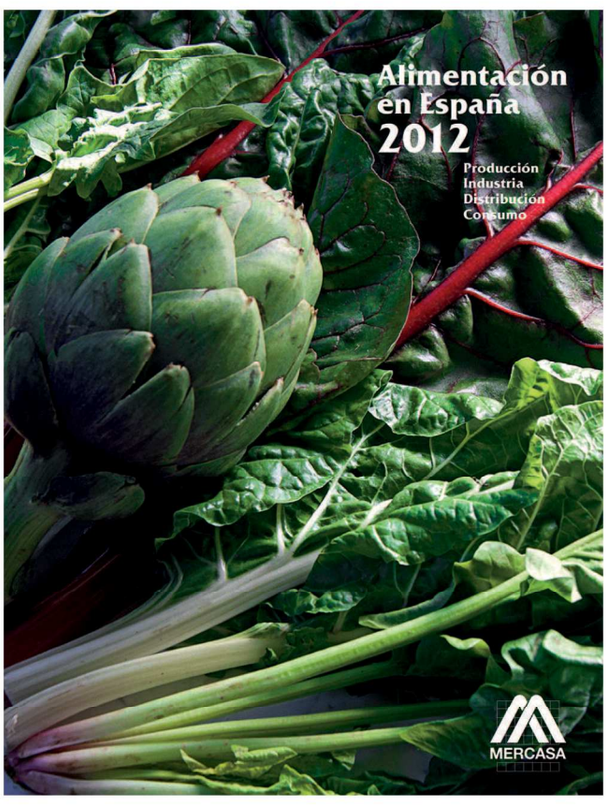
Además, en 2012 se potenciaron los contenidos informativos de las webs de Mercasa y se dio un fuerte impulso a la presencia de Mercasa en las redes sociales (Facebook y Twitter). A este respecto cabe destacar que en 2012 las visitas a las webs de Mercasa ascendieron a 173.200 en www.Mercasa.es y a 250.600 en www.Mercados-Municipales.es.

En cuanto al ámbito de colaboración institucional, como medio propio de la Administración, Mercasa organizó en el segundo trimestre de 2012, mediante una encomienda del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, una acción promocional del queso español en mercados municipales y otras empresas de distribución alimentaria, que se desarrolló entre el 12 y el 14 de junio en la Comunidad de Madrid.

Por otra parte, también desde el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Mercasa realizó, mediante sendas encomiendas de gestión, dos estudios, uno cuantitativo y otro cualitativo, sobre el consumo alimentario extradoméstico; además de organizar dos acciones promocionales, consistentes en la Semana del Pescado y los Talleres Escolares de Dieta Mediterránea.

Y con el Ministerio de Economía y Competitividad –a través de la Dirección General de Comercio Interior–, Mercasa ha realizado, bajo el mismo procedimiento de encomiendas como medio propio, una acción promocional en las últimas semanas del año de apoyo a la actividad comercial en los mercados municipales durante la campaña de Navidad.


2012
MERCASA


Alimentación en España 2012
Producción
Industria
Distribución
Consumo
MERCASA


Distribución y Consumo
125
Año 22 • Noviembre • Diciembre 2012
Crece el consumo de queso en los hogares españoles
La nueva fórmula de atraer al consumidor se llama conveniencia
Alimentación en España. Mariscos
Restaurantes en franquicia
HAMBURGUESA NOSTRA
¿le gusta la carne?
Tendencias en el consumo de carnes



El 7° Encuentro se convocó bajo el lema "Nuevos barrios, nuevos mercados". Entre las ponencias e intervenciones del programa se contó con los mejores expertos y profesionales relacionados con los mercados municipales minoristas, que presentaron soluciones tecnológicas y de gestión, contrastadas con los proyectos reales que se han desarrollado recientemente o están en fase de ejecución para garantizar una adecuación eficiente de los mercados municipales minoristas a las demandas de los consumidores

7° Encuentro de Mercados Municipales Minoristas

Mercasa impulsa el debate sobre la innovación como clave de la competitividad para los mercados municipales en España y en el mundo



Los días 27 y 28 de febrero de 2012, en el Auditorio del Palacio de Congresos de Zaragoza, los mercados municipales celebraron su gran cita nacional, durante el 7º Encuentro de Mercados Municipales Minoristas, organizado por Mercasa, con la asistencia de más de 500 personas, expertos y profesionales del comercio, la Administración y la Universidad.

Este 7º Encuentro se convocó bajo el lema "Nuevos barrios, nuevos mercados". Entre las ponencias e intervenciones del programa se contó con los mejores expertos y profesionales relacionados con los mercados municipales minoristas, que presentaron soluciones tecnológicas y de gestión, contrastadas con los proyectos reales que se han desarrollado recientemente o están en fase de ejecución para garantizar una adecuación eficiente de los mercados municipales minoristas a las demandas de los consumidores.

Para la organización de este 7º Encuentro, Mercasa contó con el apoyo del Gobierno de Aragón, el Ayuntamiento de Zaragoza, el Gobierno de España, Mercazaragoza y la Federación Española de Municipios y Provincias.

Uno de los conceptos más reiterados en las ponencias del encuentro fue el de la innovación, como elemento clave de la competitividad para los mercados municipales, lo que significa ofrecer más servicios, incorporar mejoras en el formato comercial y los sistemas de venta; y reposicionar el formato de mercado municipal frente al resto de equipamientos comerciales minoristas.

Entre los ponentes del encuentro se incluyó Roberto Alonso Gordón, responsable de Estudios en Mercasa, que resaltó que "los mercados municipales minoristas no solo tienen que ofrecer precio, sino también calidad y surtido", asegurando asimismo que "las nuevas generaciones de consumidores valoran, antes que nada, aspectos tales como la proximidad del establecimiento, la calidad del servicio y la atención, la variedad de la oferta y el precio".

Por su parte, el sociólogo Mario Gaviria se refirió en su ponencia al mercado como "el origen de la ciudad, cumpliendo la función de encuentro entre desconocidos, produciendo emociones", mientras que el profesor Víctor Martín Cerdeño destacó como bazas principales del mercado minorista a la proximidad, la confianza en el prescriptor, la especificidad de su oferta, la variedad del surtido, la respuesta eficiente a la demanda y la flexibilidad de sus precios.

Finalmente, el presidente de Mercasa, Eduardo Ameijide y Montenegro, resaltó en el acto de clausura del encuentro que "el compromiso de Mercasa para apoyar todas las iniciativas de mejora y nuevos proyectos en mercados municipales es una garantía de futuro para los comerciantes que trabajan en los mercados".

Premios Mercasa 2012 a las mejores iniciativas

Durante la celebración del 7º Encuentro de Mercados Municipales Minoristas se entregaron los Premios Mercasa 2012 a las Mejores iniciativas en Mercados Municipales. Entre los premios más relevantes se incluyen los concedidos al Mercado Central de Valencia y al Ayuntamiento de Zaragoza, en este último caso por la iniciativa de impulsar una nueva red de mercados municipales minoristas en los nuevos barrios de Zaragoza.



Conferencia 2012 de la Unión Mundial de Mercados Minoristas

Mercasa organizó en Madrid la Conferencia 2012 de la Unión Mundial de Mercados Minoristas, que se celebró los días 2 y 3 de julio, bajo el lema "Cerca de ti, cerca del consumidor", con el objetivo de impulsar un amplio debate en torno a la innovación como reto necesario tanto en los formatos comerciales como en la gestión de los mercados.

La Unión Mundial de Mercados Minoristas está integrada en la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, donde se agrupan más de 200 socios de cerca de 50 países de todo el mundo. La Unión Mundial de Mercados Minoristas viene convocando desde 2008 este tipo de conferencias anuales, celebradas ya en Hamburgo, Londres, Dublín y Ámsterdam.

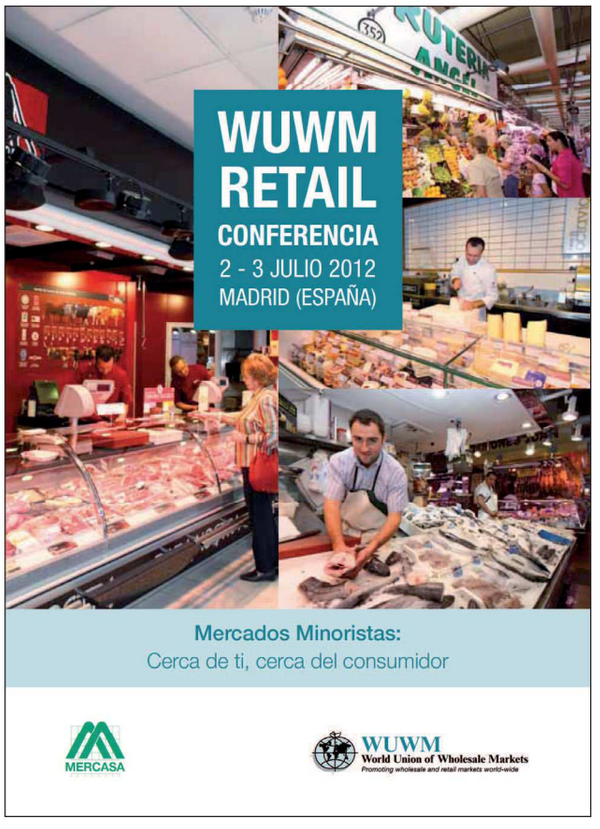
En la Conferencia de Madrid participaron 130 personas, procedentes de 13 países de Europa, América y Asia, superando la asistencia media de unas 80 personas alcanzada en las ediciones anteriores.

El programa de intervenciones se centró en tres grandes áreas temáticas: nuevas innovaciones competitivas para los mercados minoristas, promoción y gestión de la red de mercados minoristas, y operaciones de la Unión Europea para los Mercados Minoristas, a través de programas como Interrreg.

La jornada de debates fue clausurada por la directora general de Comercio Interior, Carmen Cárdeno, que destacó la importancia de los mercados minoristas en la distribución comercial en España y resaltó las políticas de apoyo de la Administración del Estado a las mejoras y la innovación al pequeño comercio especializado que se agrupa en los mercados.

Los participantes en la conferencia conocieron también de primera mano la realidad de los mercados municipales de Madrid, con visitas guiadas, que incluyeron en su recorrido a Mercamadrid.




WUWM
RETAIL
CONFERENCIA
2 - 3 JULIO 2012
MADRID (ESPAÑA)
Mercados Minoristas:
Cerca de ti, cerca del consumidor
MERCASA
WUWM
World Union of Wholesale Markets
Promoting wholesale and retail markets world-wide


Ven a tu Mercado
también en Navidad
www.facebook.com/MercadoNavidad
#MercadosNavidad
Mercados Municipales.es
Cámaras
MERCADO DE LA PAZ



Compromiso con la **calidad** en la gestión, recursos humanos, la formación y la contratación

MERCASA

GESTIÓN SOSTENIBLE



Una gestión sostenible comprometida con la calidad

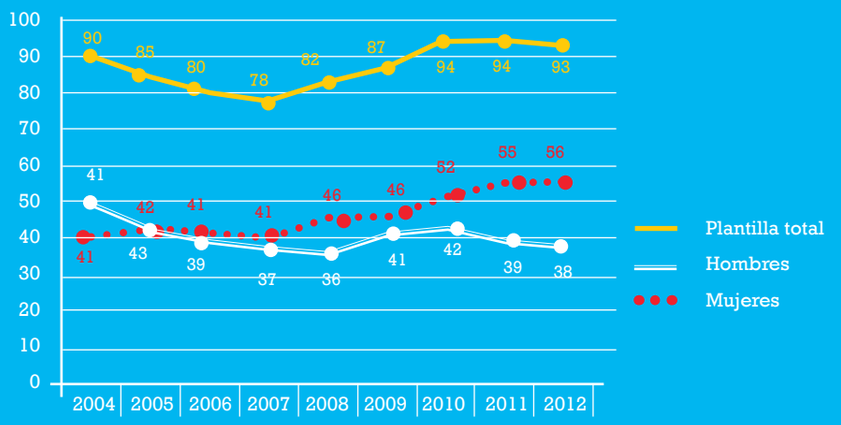
Recursos humanos

En 2012 descendió el número de empleados en Mercasa, frenándose la tendencia de los últimos años de un aumento de la plantilla ajustado a los crecimientos de actividad y productividad de la empresa.

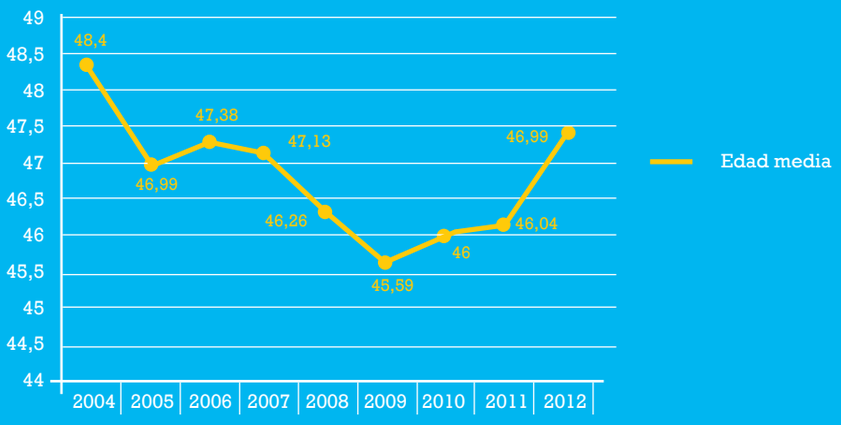
La plantilla de Mercasa estaba compuesta al finalizar 2012 por 93 personas, de las que 56 son mujeres, incrementándose de nuevo este año la presencia femenina en la empresa, resultado únicamente de aplicar en los procesos de selección los principios de igualdad, mérito y capacidad.

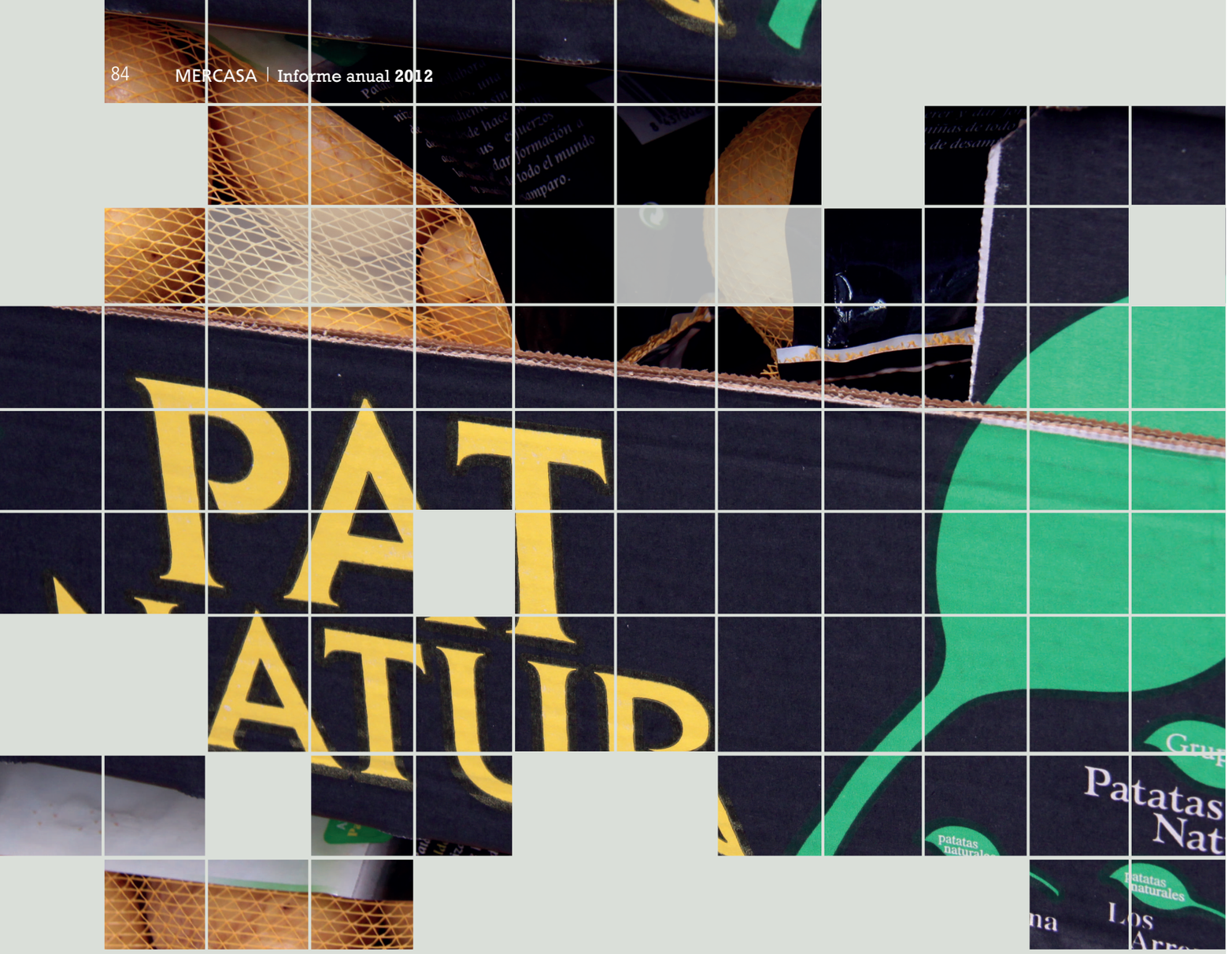
La edad media en Mercasa está en torno a 47 años y la antigüedad media continúa alrededor de los 17 años.

Evolución género 2004-2012



Evolución edad media 2004-2012





Formación

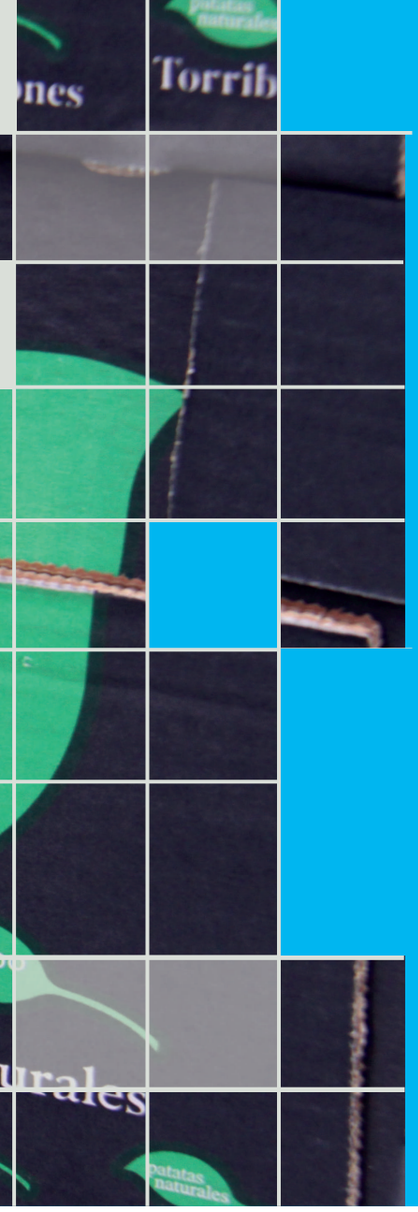
En 2012 se ha mantenido en materia de formación el planteamiento de los últimos años que trata de adecuar la formación a las necesidades que surgen en el desempeño del trabajo y de posibilitarla a todos los empleados. Junto a las acciones formativas externas, personal de diferentes departamentos de la empresa ha tenido acceso a un mayor conocimiento del área de mercados minoristas, asistiendo al VII Congreso organizado por Mercasa centrado en el lema "Nuevos barrios, nuevos mercados".

Las acciones formativas que se han desarrollado en 2012 han sido las siguientes:

- Seguridad alimentaria.
- Conocimiento del programa de desarrollo para la sostenibilidad agroalimentaria de un país extranjero: Irlanda.
- Novedades del programa de mediciones y presupuestos Presto.
- Desarrollo de conocimientos informáticos: Excel avanzado.
- Formación sobre la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad: su valor y retorno económico y social y formación para la elaboración de informes de sostenibilidad.
- En el área jurídica, formación sobre franquicias, el nuevo marco de la declaración responsable en la ciudad de Madrid y la plataforma de contratación del Estado.
- Gestión internacional de la empresa.
- Formación en materia de recursos humanos.

Además, Mercasa ha subvencionado la realización de másteres adecuados al puesto de trabajo:

- Máster en Dirección de Empresas de Distribución Comercial, durante el curso 2011-2012.
- Programa de Desarrollo Directivo, durante el curso 2011-2012.
- Grado en Ingeniería de la Edificación, durante el curso 2011-2012.
- Programa de Alta Dirección de Empresas, durante los cursos 2011-2012 y 2012-2013.



Sostenibilidad en la contratación

En el marco de la Ley de Economía Sostenible (Ley 2/2011, de 4 de enero) se modificaron las Instrucciones de Contratación de Mercasa, introduciendo el principio de sostenibilidad de forma que, cuando la naturaleza de los contratos lo permita, se incluyan en el expediente de contratación condiciones de ejecución de mantenimiento o mejora de los valores medioambientales que puedan verse afectados por la ejecución del contrato.

Asimismo, en los criterios de adjudicación de los contratos se valorará el ahorro y el uso eficiente del agua, de la energía y de los materiales, el coste ambiental del ciclo de la vida, los procedimientos y métodos de producción ecológicos, la generación y gestión de residuos o el uso de materiales reciclados y reutilizados o de materiales ecológicos.

De igual manera, en las licitaciones publicadas por Mercasa a lo largo del año 2012, dentro de los criterios de adjudicación, se ha introducido en los pliegos la integración de discapacitados: "en caso de igualdad entre dos empresas, tendrá preferencia la empresa con mayor porcentaje de trabajadores discapacitados".

Sistema de Gestión de Calidad Certificada

Tras la consecución, en diciembre de 2011, de la Certificación ISO 9001:2008, el Sistema de Gestión de Calidad de Mercasa se ha consolidado, en el ejercicio 2012, como un modelo eficaz para mantener la calidad de los servicios prestados. El sistema se ha convertido en una herramienta cotidiana de gestión utilizada por todos los miembros de la organización.

Como resultado de la revisión de la eficacia del sistema y con el fin de su mejora continua, se ha procedido a la revisión de varios procedimientos, así como a la elaboración de nuevos, fruto de la necesidad de regular procesos no documentados o mejorar los ya implantados.

Uno de los principales pilares de la política de calidad de Mercasa es la satisfacción de nuestros clientes y otros grupos de interés. Para su medición se han definido e implantado en este ejercicio diferentes metodologías con el propósito de recabar la percepción que nuestros clientes tienen sobre los servicios prestados por Mercasa. Fruto del análisis de la información recabada por los diferentes Departamentos, se puede afirmar que los resultados obtenidos muestran un alto grado de satisfacción.

La Certificación ISO 9001:2008, de igual manera, ha servido para mejorar la imagen de la organización, en la medida en que Mercasa, con su certificación, garantiza el cumplimiento de unos requisitos recogidos en una norma internacional, aportando además un valor añadido frente a otros competidores del mercado.

MERCASA

CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES





Balance al 31 de diciembre de 2012 y 2011 (miles de euros)

Activo

	2012	2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	148.775	149.358
I. Inmovilizado intangible	1.644	1.722
II. Inmovilizado material	3.685	3.580
III. Inversiones inmobiliarias	55.666	58.534
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	87.440	85.092
V. Inversiones financieras a largo plazo	226	307
VI. Activos por impuesto diferido	114	123
B) ACTIVO CORRIENTE	33.234	34.880
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	189	-
II. Existencias	38	14
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	8.930	7.729
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	12.534	12.717
V. Inversiones financieras a corto plazo	5.525	8.854
VI. Periodificaciones a corto plazo	12	11
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	6.006	5.555
TOTAL ACTIVO (A + B)	182.009	184.238

Patrimonio neto y pasivo

	2012	2011
A) PATRIMONIO NETO	174.057	178.103
A-1) Fondos propios	173.925	177.972
Capital	153.942	153.942
Reservas	17.533	19.033
Resultado del ejercicio	2.450	4.997
A-2) Ajustes por cambios de valor	132	131
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	–	–
B) PASIVO NO CORRIENTE	1.157	1.220
I. Provisiones a largo plazo	29	25
II. Deudas a largo plazo	–	–
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	308	355
IV. Pasivos por impuesto diferido	–	–
V. Periodificaciones a largo plazo	820	840
C) PASIVO CORRIENTE	6.795	4.915
II. Provisiones a corto plazo	44	34
III. Deudas a corto plazo	1.232	1.271
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	3.236	58
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.283	3.552
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	182.009	184.238

Cuenta de resultados consolidados (miles de euros)

	2012	2011
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	18.620	22.569
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	45	279
4. Aprovisionamientos	-5.242	-7.006
5. Otros ingresos de explotación	-	-
6. Gastos de personal	-5.702	-5.714
7. Otros gastos de explotación	-2.780	-2.942
8. Amortización del inmovilizado	-3.318	-3.096
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	-	-
10. Excesos de provisiones	-	-
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-	-
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	-	-
13. Otros resultados	33	-31
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	1.656	4.059
14. Ingresos financieros	629	874
15. Gastos financieros	-12	-27
16. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	-	-
17. Diferencias de cambio	-44	168
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	230	214
A2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	803	1.229
A3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)	2.459	5.288
19. Impuestos sobre beneficios	-9	-291
A4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3 +19)	2.450	4.997
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	-	-
20. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	-	-
A5) RESULTADO DEL EJERCICIO (Bº) (A4+20)	2.450	4.997

Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011

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

	2012	2011
Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias	2.450	4.997
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto	1	106
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias	–	–
Total de ingresos y gastos reconocidos	**2.451**	**5.103**

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

	Capital social	Reservas	Resultados ejercicios anteriores	Resultado del ejercicio	Otros instrumentos patrimonio neto	TOTAL
SALDO AJUSTADO INICIO AÑO 2011	153.942	18.439	-	5.939	25	178.345
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	4.997	106	5.103
Operaciones con socios o propietarios						
- Distribución de dividendos	-	-	-	-5.345	-	-5.345
- Otras operaciones con socios o propietarios	-	594	-	-594	-	-
SALDO FINAL AÑO 2011	153.942	19.033	-	4.997	131	178.103
Ajustes por errores del ejercicio 2009	-	-	-	-		-
SALDO AJUSTADO INICIO AÑO 2012	153.942	19.033	-	4.997	131	178.103
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	2.450	1	2.451
Operaciones con socios o propietarios						
- Distribución de dividendos	-	-2.000	-	-4.497	-	-6.497
- Otras operaciones con socios o propietarios	-	500	-	-500	-	-
SALDO FINAL AÑO 2012	**153.942**	**17.533**	**-**	**2.450**	**132**	**174.057**

Estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011 (miles de euros)

	2012	2011
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado del ejercicio antes de impuestos	**2.459**	**5.288**
Ajustes del resultado	**-1.710**	**-2.902**
Amortización del inmovilizado	3.318	3.096
Variación de provisiones – insolvencias	623	551
Variación de provisiones – inversiones en empresas del grupo y asociadas	-230	-272
Dotaciones de provisiones – retribuciones a largo plazo	170	133
Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	-	100
Ingresos financieros	-629	-874
Ingresos por dividendos	-5.035	-5.518
Gastos financieros	12	28
Diferencias de cambio	44	-168
Otros ingresos	17	22
Cambios en el capital corriente	**-2.433**	**-2.126**
Existencias	-23	30
Deudores y otras cuentas a cobrar	-1.812	-2.531
Otros activos corrientes	453	72
Acreedores y otras cuentas a pagar	-778	246
Otros pasivos corrientes	-145	-70
Otros activos y pasivos no corrientes	-128	127
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	**6.460**	**3.037**
Cobros de dividendos	6.335	2.824
Cobros de intereses	615	787
Pagos de intereses		-12
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	-248	-552
Otros pagos (cobros)	-242	-10
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	4.776	3.297
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Pagos por inversiones	**-23.608**	**-15.757**
Empresas del grupo y asociadas	-3.636	-120
Inmovilizado intangible	-78	-1.137
Inmovilizado material	-323	-115
Inversiones inmobiliarias	-264	-1.490
Otros activos financieros - Depósitos SEPI	-14.947	-4.685
Otros activos financieros	-4.360	-8.210
Cobros por desinversiones	**22.697**	**16.083**
Empresas del grupo y asociadas y Depósitos SEPI	14.895	9.966
Otros activos financieros	7.802	6.117
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-911	326
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	**-102**	**-48**
Emisión	-	3.036
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-	3.000
Cobros de fianzas	-	36
Devolución y amortización de:	-102	-3.084
Deudas con empresas del grupo y asociadas	-66	-3.084
Otras deudas	-36	-
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	**-3.313**	**-7.698**
Dividendos	-3.313	-7.698
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-3.415	-7.746
EFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO	1	106
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES	451	-4.017
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio	5.555	9.572
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	6.006	5.555



CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

MERCASA


MARIO
TODO 100
Avelazquez
SCANIA

Balance consolidado al 31 de diciembre de 2012 y 2011 (miles de euros)

Activo

	2012	2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	292.992	291.879
I. Inmovilizado intangible	1.814	1.893
II. Inmovilizado material	43.302	43.905
III. Inversiones inmobiliarias	76.152	79.520
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	170.404	165.079
V. Inversiones financieras a largo plazo	308	351
VI. Activos por impuesto diferido	1.005	1.123
VII. Deudores comerciales no corrientes	7	8
B) ACTIVO CORRIENTE	40.736	43.738
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	189	-
II. Existencias	40	17
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10.711	9.050
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	11.447	11.343
V. Inversiones financieras a corto plazo	9.439	16.749
VI. Periodificaciones a corto plazo	25	31
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	8.885	6.548
TOTAL ACTIVO (A + B)	333.728	335.617

Patrimonio neto y pasivo

	2012	2011
A) PATRIMONIO NETO	319.419	320.511
A1) Fondos propios	296.987	298.387
I. Capital	153.942	153.942
III. Reservas	41.342	43.598
IV. Reservas sociedad consolidadas por integración global	-718	-785
V. Reservas sociedad consolidadas puestas en equivalencia	96.818	93.851
VII. Resultado del ejercicio sociedad dominante	5.603	7.781
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	–	–
A2) Ajustes por cambios de valor	132	131
A3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. Consolidación	10.646	10.465
A4) Socios externos	11.654	11.528
B) PASIVO NO CORRIENTE	4.800	5.778
I. Provisiones a largo plazo	29	25
II. Deudas a largo plazo	758	913
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	308	355
IV. Pasivos por impuesto diferido	2.235	2.944
V. Periodificaciones a largo plazo	1.470	1.541
C) PASIVO CORRIENTE	9.509	9.328
II. Provisiones a corto plazo	173	41
III. Deudas a corto plazo	2.413	4.385
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	3.236	58
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.631	4.796
VI. Periodificaciones a corto plazo	56	48
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	333.728	335.617

Cuenta de resultados consolidada (en miles de euros)

	2012	2011
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	24.176	27.617
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	45	287
4. Aprovisionamientos	-6.177	-7.991
5. Otros ingresos de explotación	366	335
6. Gastos de personal	-8.501	-8.718
7. Otros gastos de explotación	-5.956	-6.333
8. Amortización del inmovilizado	-5.277	-5.045
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	114	112
10. Excesos de provisiones	115	–
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	–	92
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)	-1.095	356
13. Ingresos financieros	743	960
14. Gastos financieros	-33	-55
15. Variación del valor razonable en instrumentos financieros	–	–
16. Diferencias de cambio	-43	168
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	–	-57
A2) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)	667	1.016
18. Otras partidas de grupos consolidados (rendimiento sociedades puestas en equivalencia)	7.049	7.544
A3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2+18)	6.621	8.916
21. Impuestos sobre beneficios	-387	-508
A4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A3+21)	6.234	8.408
A5). RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A4+22)	6.234	8.408
Resultado atribuido a la sociedad dominante	5.603	7.781
Resultado atribuido a socios externos	-631	-627

A) Estado de ingresos y gastos consolidados reconocidos correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011 (miles de euros)

	2012	2011
A) RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	6.234	8.408
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	–	1.026
IV. Por ganancias y pérdidas actuariales y otros ajustes	–	–
V. Diferencias de conversión	1	106
VI. Efecto impositivo	695	-293
B) TOTAL INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO (I+II+III+IV+V+VI)	**696**	**839**
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	-672	-701
X. Diferencia de conversión	–	–
XI. Efecto impositivo	158	174
C) TOTAL TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA (VI+VII+VIII+IX+X+XI)	**-514**	**-527**
TOTAL DE INGRESOS Y GASTOS CONSOLIDADOS RECONOCIDOS (A+B+C)	**6.416**	**8.720**
Total ingresos y gastos atribuidos a la sociedad dominante	5.785	8.093
Total ingresos y gastos atribuidos a socios externos	**631**	**627**

B) Estado total de cambios en el patrimonio neto consolidado correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011 (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 2010	153.942	–	42.978	12.245	86.294	10.259	11.137	25	316.880
Ajuste por errores ejercicios anteriores	–	–	–		33	–	–	–	33
Al 1 de enero de 2011	153.942	–	42.978	12.245	86.327	10.259	11.137	25	316.913
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos	–	–	–	7.781	–	206	627	106	8.720
II. Operaciones con socios o propietarios	–	–	594	-5.938	–	–	-198	–	-5.542
1. Aumentos (reducciones) de capital	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2. Conversión pasivo financieros en patrimonio neto	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3. Distribución de dividendos	–	–	–	–	–	–	–	–	–
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos	–	–	594	-5.938	–	–	-198	–	-5.542
III. Otras variaciones del patrimonio neto	–	–	26	-6.307	6.739	–	-38	–	420
Al 31 de diciembre de 2011	153.942	–	43.598	7.781	93.066	10.465	11.528	131	320.511
Ajuste por errores ejercicios anteriores	–	–	–	–		–	–	–	–
Al 1 de enero de 2012	153.942	-	43.598	7.781	93.066	10.465	11.528	131	320.511
I. Total ingresos y gastos consolidados reconocidos	–	–	–	5.603	–	181	631	1	6.416
II. Operaciones con socios o propietarios	–	–	-2.000	-4.997	–	–	-500	–	-7.497
1. Aumentos (reducciones) de capital	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2. Conversión pasivos financieros en patrimonio neto	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3. Distribución de dividendos	–	–	-2.000	-4.997	–	–	-500	–	-7.497
6. Adquisiciones (ventas) de socios externos	–	–	–	–	–	–	–	–	–
III. Otras variaciones del patrimonio neto	–	–	-256	-2.784	3.034	–	-5	–	-11
Al 31 de diciembre de 2012	153.942	–	41.342	5.603	96.100	10.646	11.654	132	319.419

Estado de flujos de efectivo consolidado correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011 (miles de euros)

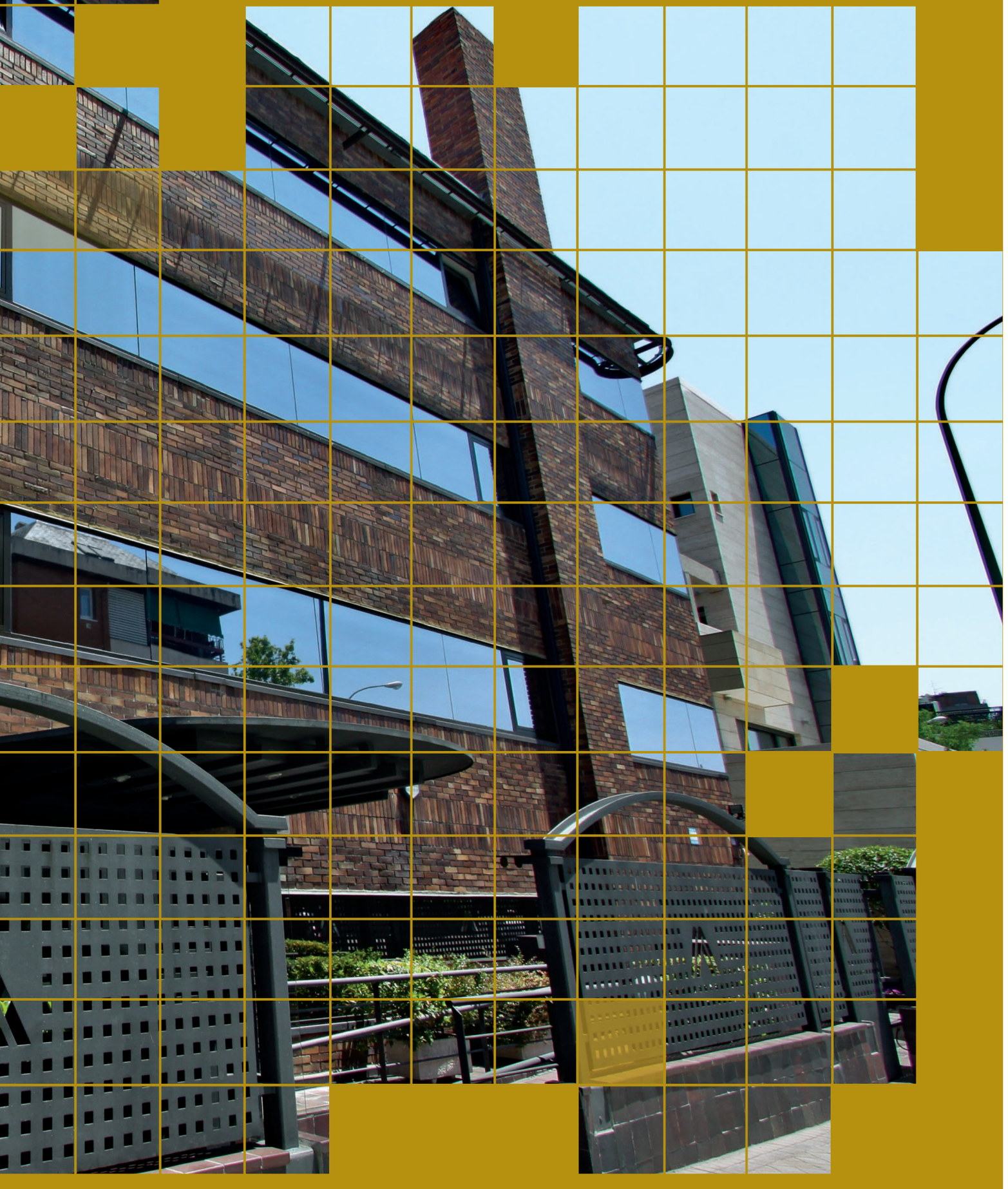
	2012	2011
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN	7.421	6.133
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos	6.621	8.916
2. Ajustes del resultado	-1.695	-2.707
a) Amortización del inmovilizado (+)	5.277	5.045
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-)	837	911
c) Variación de provisiones (+/-)	-115	134
d) Imputación de subvenciones (-)	-114	-112
e) Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	–	-92
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)	–	57
g) Ingresos financieros (+/-)	-743	-960
h) Gastos financieros (+)	33	55
i) Diferencias de cambio (+/-)	43	-168
j) Variación de valor razonable de instrumentos financieros (+/-)	–	–
k) Otros ingresos y gastos (-/+)	136	-33
l) Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia – neto de dividendos (+/-)	-7.049	-7.544
3. Cambios en el capital corriente	-3.013	-2.696
a) Existencias (+/-)	-23	30
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)	-2.283	-2.999
c) Otros activos corrientes (+/-)	491	64
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)	-829	169
e) Otros pasivos corrientes (+/-)	-229	-33
f) Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)	-140	73
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	5.508	2.620
a) Pagos de intereses (-)	-19	-39
b) Cobros de dividendos (+)	5.519	2.451
c) Cobros de intereses (+)	646	837
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)	-382	-668
e) Otros pagos (cobros) (-/+)	-256	39
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1+/-2+/-3+/-4)	7.421	6.133
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	969	-3.741
6. Pagos de inversiones (-)	-25.058	-18.247
a) Empresas asociadas y SEPI	-15.622	-5.156
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	–	–
c) Empresas asociadas	-3.636	–
d) Inmovilizado intangible	-93	-1.142
e) Inmovilizado material	-943	-2.837
f) Inversiones inmobiliarias	-264	-541
g) Otros activos financieros	-4.500	-8.571
h) Activos no corrientes mantenidos para la venta	–	–
i) Adquisición de participaciones de socios externos	–	–
j) Otros activos	–	–

	2012	2011
7. Cobros por desinversiones (+)	26.027	14.506
a) Empresas asociadas y SEPI	14.703	7.941
b) Empresas multigrupo, neto de efectivo en sociedades consolidadas	–	–
c) Empresas asociadas	346	303
d) Inmovilizado intangible	–	–
e) Inmovilizado material	–	145
f) Inversiones inmobiliarias	–	–
g) Otros activos financieros	10.978	6.117
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)	969	-3.741
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	-6.054	-6.917
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio	–	-36
a) Emisión de instrumentos de patrimonio (+)	–	-
b) Amortización de instrumentos de patrimonio (-)	–	-36
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	-252	865
a) Emisión:	27	3.949
1. Obligaciones y otros valores negociables (+)	–	–
2. Deudas con entidades de crédito (+)	27	913
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+)	–	3.000
4. Otras deudas (+)	–	36
b) Devolución y amortización de:	-279	-3.084
1. Obligaciones y otros valores negociables (-)	–	–
2. Deudas con entidades de crédito (-)	-178	–
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-)	-65	-3.084
4. Otras deudas (-)	-36	-
11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-5.802	-7.746
a) Dividendos (-)	-5.802	-7.746
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-)	–	–
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9+/-10-11)	-6.054	-6.917
D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio	1	106
E) AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5+/-8+/-12+/-D)	2.337	-4.419
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	6.548	10.967
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	8.885	6.548



MERCASA

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN. CAPITAL SOCIAL. ORGANIGRAMA.



Consejo de Administración de Mercasa

Presidente Ejecutivo	Eduardo Ameijide y Montenegro
Vicepresidente 1º	Fernando José Burgaz Moreno
Vicepresidenta 2ª	Carmen Cárdeno Pardo
Vocales	Fernando Miranda Sotillos
	Vicente Forteza del Rey Morales
	Manuel Garayo de Orbe
	Santiago Elorza Gavengt
	Carmen Timermans Palma
	José de Guadalfajara Cembrano
	José Miguel Herrero Velasco
	Aurora de Blas Carbonero
	Purificación Esteso Ruiz
Secretaria y letrada asesora	María Jesús Prieto Jiménez

Composición del Consejo de Administración en mayo de 2013

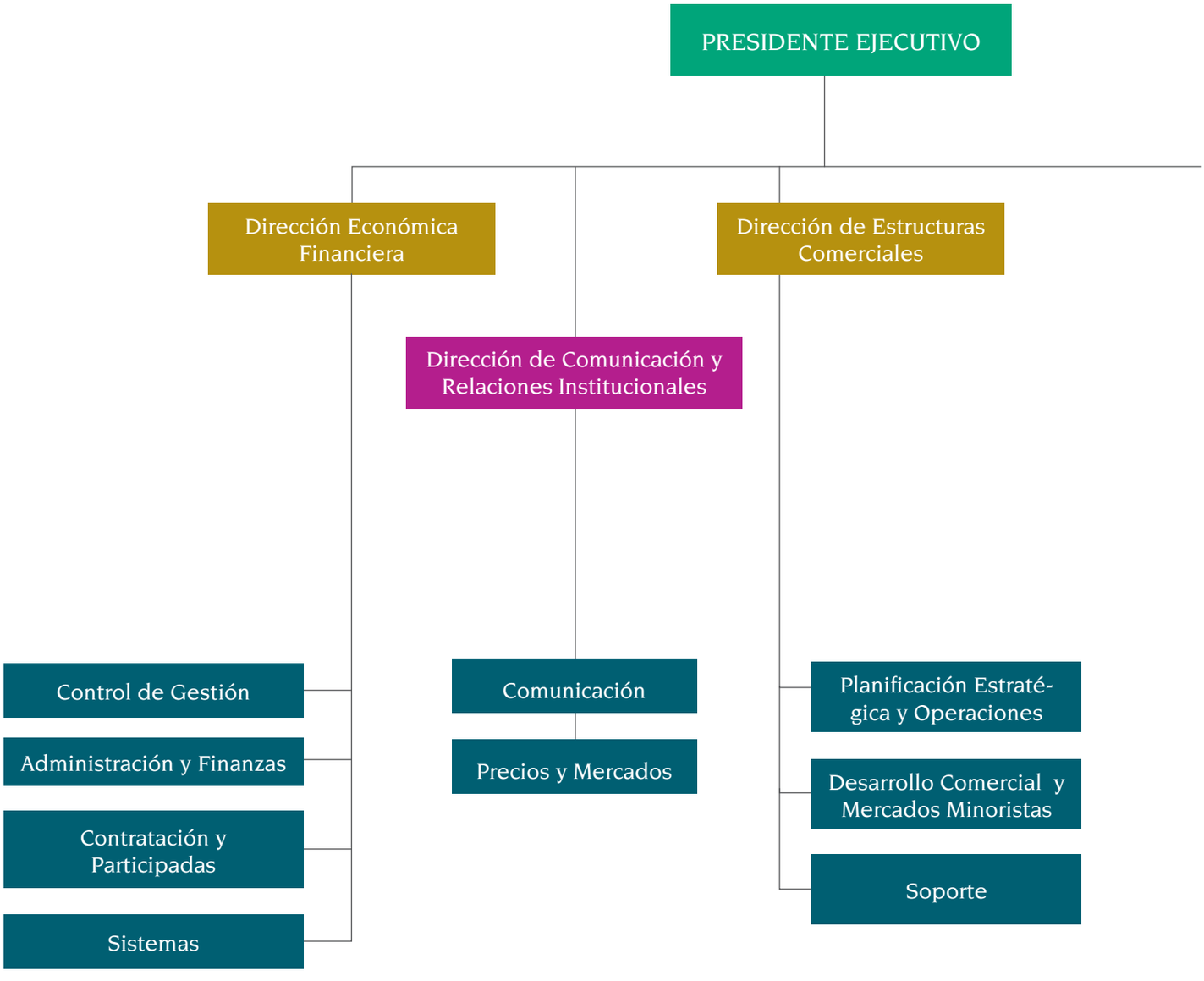
Capital social de Mercasa

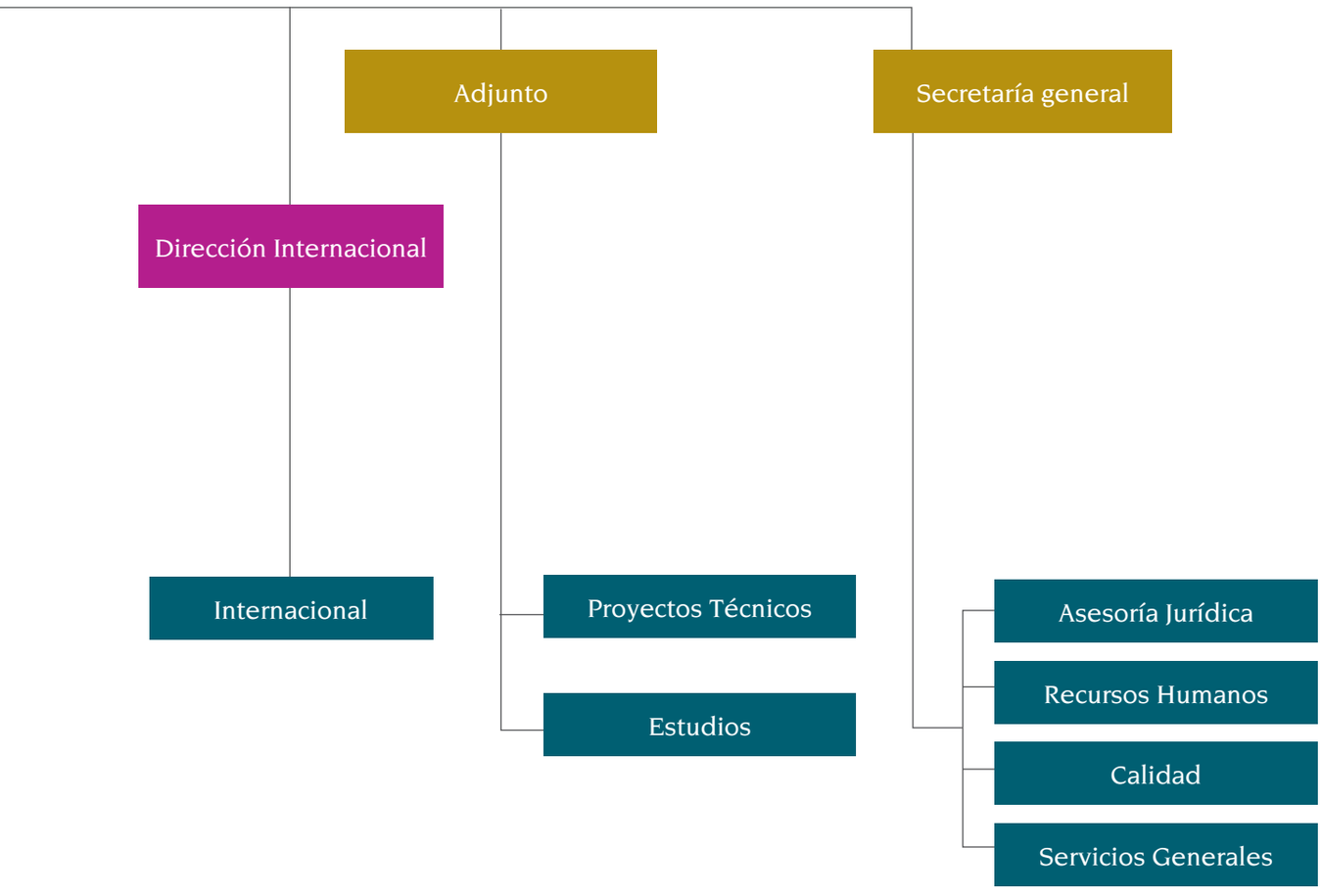
a 31 de diciembre de 2012

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

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

Organigrama de Mercasa




Adjunto
Secretaría general
Dirección Internacional
Internacional
Proyectos Técnicos
Estudios
Asesoría Jurídica
Recursos Humanos
Calidad
Servicios Generales

Grupo Mercasa

Red de Mercas

Mercalgeciras 94,9%

Mercagranada 48,7%

Mercapalma 45,2%

Mercalicante 48,5%

Mercairuña 40,0%

Mercasalamanca 47,9%

Mercasturias 51,0%

Mercajerez 48,7%

Mercasantander 48,7%

Mercabadajoz 98,3%

Mercalaspalmas 58,3%

Mercasevilla 48,4%

Mercabarna 36,8%

Mercaleón 36,8%

Mercatenerife 40,7%

Mercabilbao 39,2%

Mercamadrid 48,6%

Mercavalencia 48,8%

Mercacórdoba 48,9%

Mercamálaga 87,2%

Mercazaragoza 48,8%

Mercagalicia 49,0%

Mercamurcia 48,9%

Otras sociedades

Olimpic Moll 100%

Consorcio Mercasa Incatema Consulting, S.R.L. 50%

Composición del Grupo Mercasa a 31 de diciembre de 2012.
Los porcentajes reflejan la participación de Mercasa en cada sociedad.

Grupo Mercasa

Red de Mercas

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

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

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

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

Mercabarna
C/ Major, 76, Centro Directivo 5ª planta
Zona Franca Sector C
08040 Barcelona
Tel.: 935 563 000. 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.: 958 276 300. 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
info@mercairuna.es
www.mercairuna.es

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

Mercalaspalmas
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
M-40 Salida 20
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: 922 232 765
mercatenerife@mercatenerife.es
www.mercatenerife.com

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

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

Grupo Mercasa

Red de Centros Comerciales de Mercasa

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

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

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

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

Getafe-3
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
ccentroscomerciales@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